OLIMPÍADA
O custo de cada medalha brasileira

LUXO
O desembarque em massa das grifes internacionais

AMERICANAS
Por que o vermelho tingiu o balanço da rede

ISTOÉ Dinheiro
www.istoedinheiro.com.br
NEGÓCIOS, ECONOMIA, FINANÇAS & E-COMMERCE
20 DE AGOSTO/2008 Nº 568 – ANO 11

"Sabemos que tem muito mais petróleo no pré-sal"
JOSÉ SÉRGIO GABRIELLI, PRESIDENTE DA PETROBRAS

O plano bilionário do presidente da estatal, José Sérgio Gabrielli, para resistir às pressões e defender os acionistas da cobiça pelas novas reservas brasileiras de petróleo

A hora decisiva da PETROBRAS

R$ 9,90
EXEMPLAR DE ASSINANTE
VENDA PROIBIDA

Cash Management Bradesco.

Seja qual for o tamanho da sua empresa, o Bradesco tem soluções sob medida para o contas a pagar, contas a receber e gestão de caixa.

O Bradesco oferece soluções que facilitam a gestão de caixa da sua de cada cliente, o Bradesco tem sempre uma solução sob medida cheques, realizar cobranças e muito mais. Esta é mais uma razão para

Bradescompleto

www.bradesco.com.br

empresa. Utilizando avançada tecnologia adaptável às necessidades
para efetuar pagamentos a fornecedores e tributos, custodiar
ser cliente Bradesco. Fale com um de nossos Gerentes e saiba mais.

Bradesco

TUCSON. LANÇAMENTO LINHA 2009.
1º LUGAR ENTRE OS 50 CARROS MAIS VENDIDOS NO BRASIL[1].

GARANTIA DE QUALIDADE 5 ANOS
SEM LIMITE DE QUILOMETRAGEM

TUCSON
O Nº 1 NO BRASIL E NO MUNDO.

Mais de 2 milhões de Tucson vendidos. Mais de 2 milhões de clientes satisfeitos.

Todos os controles facilmente visíveis ao alcance das mãos.

Transmissão automática H-Matic com Shiftronix. Bloqueio eletrônico do diferencial.

Tração 4x4 full-time 4WD com TCS e ESP.

Bancos de couro com ajuste lombar e de altura.

Teto solar elétrico panorâmico automático.

Pneus radiais com banda larga, All-Season Passenger. Rodas de liga leve com aro 16.

Fácil acesso ao compartimento de bagagem sem abrir o porta-malas.

Freios a disco nas 4 rodas com ABS, EBD, BAS e desaceleração progressiva.

HYUNDAI www.hyundai-motor.com.br

(1) Fonte: Revista Carro/Renavam. Agosto/2008. Tucson: 1º lugar em crescimento no comparativo Janeiro a Julho de 2007/2008, excluídas as pick-ups. (2) Freios ABS, Piloto Automático e Ar-Condicionado Digital grátis válidos somente para o modelo 2008 GLS. (3) O preço anunciado refere-se ao modelo 2.0 16V 4x2 mecânico, completo. (4) As condições anunciadas com 0% de juros são válidas somente para o modelo 2008. Fotos meramente ilustrativas. Tarifa não inclusa. CET a ser fornecido pelo agente financeiro que aprovar o crédito. Juros pagos pelo distribuidor.

MOTOR
DOHC CVVT
2.0 16V E 2.7 V6 24V

EM BREVE FABRICADO NO BRASIL.

Fábrica da Hyundai no Brasil.

Ar-condicionado digital com AQCS (Air Quality Control System).

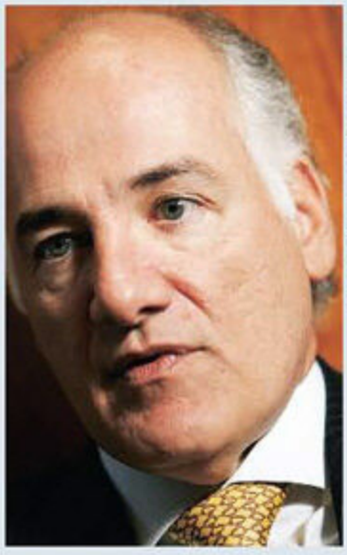
8 AIR BAGS
(Frontais, laterais e de cortina.)

TUCSON. GARANTIA DE VALORIZAÇÃO.
O mesmo modelo atual do Tucson continuará sendo produzido, no mínimo, nos próximos 5 anos graças ao enorme sucesso de vendas.

HYUNDAI
Official Partner

DISTRIBUIDORES EM TODO O PAÍS: 0800 77 02 011

ISTOÉ Dinheiro
EDIÇÃO 568, DE 20 DE AGOSTO DE 2008



ENTREVISTA
Marcelo Itagiba, presidente da CPI das Escutas Telefônicas.. *pág. 22*

A NOVA GUERRA
Rússia ataca Geórgia numa disputa movida a petróleo... *pág. 44*

DINASTIA
A dama que divide o clã Agnelli... *pág. 92*

LOJAS AMERICANAS
Rede tem resultado fraco e revê carteira... *pág. 74*

A HORA DA VERDADE
Balanços saem e números são valiosos... *pág. 99*

PEQUIM
Nas piscinas, dá Speedo na cabeça... *pág. 64*

Dinheiro na semana

VAREJO
A aposta de R$ 1,8 bilhão do Wal-Mart no Brasil... **pág. 8**

MOEDA FORTE
A grande guerra imobiliária... **pág. 12**

PODER
Márcio Fortes quer lei mais dura para o trânsito... **pág. 16**

MÍDIA & CIA.
O subprime da mídia... **pág. 18**

EMPRESAS DO BEM
Empresários engajados.. **pág. 20**

MERCADO DIGITAL
Operação Corujão no comércio eletrônico... **pág. 50**

COBIÇA
Uma degustação com Robert Parker... **pág. 94**

ARTIGO
Acerto de contas... **pág. 114**

Economia

INFRA-ESTRUTURA
Contrato não termina com indefinições no Madeira... **pág. 40**

OPERAÇÃO SATIAGRAHA
O desabafo de Dantas... **pág. 41**

INFLAÇÃO
Falta a sua parte, Mantega... **pág. 42**

TRIBUTOS
O plano B da Nota Fiscal Paulista... **pág. 43**

E-commerce

FOTOGRAFIA
A japonesa Canon muda o foco no Brasil... **pág. 48**

Negócios

MELHORES DA DINHEIRO
No evento de premiação, o retrato de um ótimo ano... **pág. 52**

REPORTAGEM DE CAPA

Com lucro recorde e reservas em alta, a Petrobras vira alvo de cobiça dentro e fora do governo em torno das riquezas do pré-sal. Mas o presidente da estatal, José Sérgio Gabrielli, resiste e tem um plano de US$ 112 bilhões para proteger os interesses dos acionistas e transformá-la em uma das maiores companhias de energia do mundo... *pág. 34*

Dinheiro da Redação

Para que uma nova estatal?

Parece brincadeira, mas o governo está sim pensando seriamente em criar uma nova estatal para explorar as reservas de petróleo do pré-sal, a fantástica descoberta da Petrobras que deve virar todo o tabuleiro dos grandes produtores do mundo. A idéia é a seguinte: esquece-se todo o know-how e tecnologia adquiridos por décadas pela Petrobras e abre-se uma nova frente empresarial, investindo bilhões de dólares, de busca de capacitação e tempo para a montagem de uma espécie de "Petrobras do B". Alegação para a medida: evitar que se crie um monopólio nacional gigantesco e descontrolado. Em um mercado no qual cada vez mais o ganho de eficiência está atrelado à criação de grandes corporações e que vem exigindo capital intensivo, o Brasil escolhe seguir na rota contrária. Faz sentido? Nenhum. Para chegar lá, o governo cogita até mudar a Lei do Petróleo. Num resgate da antiga bandeira "O petróleo é nosso", Lula convocou estudantes da UNE para uma campanha nos mesmos moldes. Com argumentos típicos do populismo latino, o presidente bateu na tecla de que o petróleo é "um patrimônio do País e da população". Disse com todas as letras que não vai deixar a descoberta "na mão de meia dúzia de empresas que acham que o petróleo é delas e vão apenas comercializar". Essa interferência indevida no pré-sal fere diretamente o conceito de livre iniciativa e pode trazer conseqüências negativas para a imagem do País – hoje tido como um dos maiores players da globalização. Logo quando o Brasil conquista a condição de "grau de investimento", atribuído pelas agências de risco aos mercados bons para incursões do capital externo, as chances de recuo dos investimentos passa a ser grande a partir dessa movimentação do governo no caso do pré-sal. Na prática, a tal "democratização dos benefícios do pré-sal" resgata as mais conservadoras cartilhas do PT, que sugerem o lucro como pecado e a socialização forçada dos resultados. Uma visão anacrônica que, se levada adiante, pode significar um dos maiores retrocessos já aplicados ao empreendedorismo brasileiro em toda a sua história. A torcida é para que o presidente Lula reveja tais conceitos e volte a entrar em sintonia com as práticas típicas de países desenvolvidos, respeitando regras e seguindo a Constituição.

Carlos José Marques

OLIMPÍADA
Cada medalha brasileira pode custar R$ 20 milhões... **pág. 62**

SIDERURGIA
Como Lula convenceu a Vale... **pág. 66**

FRANQUIAS
Grandes grupos ocupam lugar dos empreendedores... **pág. 68**

POLÊMICA
O projeto dos livreiros para tabelar preços... **pág. 72**

IMAGEM
A disputa de Renner e C&A pela cantora Madonna... **pág. 78**

COMBUSTÍVEIS
Ultra assume o volante da Texaco... **pág. 80**

BEBIDAS
O plano premium da Schin... **pág. 84**

Estilo

CONSUMO
Grandes grifes de luxo promovem invasão do Brasil... **pág. 86**

Finanças

CARTÕES
O lucro volta à CSU... **pág. 96**

Dinheiro Investidor

FUTUROS
Investidores individuais descobrem a BM&F... **pág. 104**

DÓLAR
Comprar ou não comprar, eis a questão... **pág. 106**

DINHEIRO EM AÇÃO
Companhias aéreas seguem rotas diferentes... **pág. 108**

DINHEIRO EM NÚMEROS
Indicadores econômicos para guiar sua aplicação... **pág. 112**

CAPA: *Ricardo Fasanello/AG. ISTOÉ*

DIVULGAÇÃO

11 DE AGOSTO: *a companhia aérea Azul, que começa a voar em novembro, apresenta seus comissários e pilotos.*

REUTERS

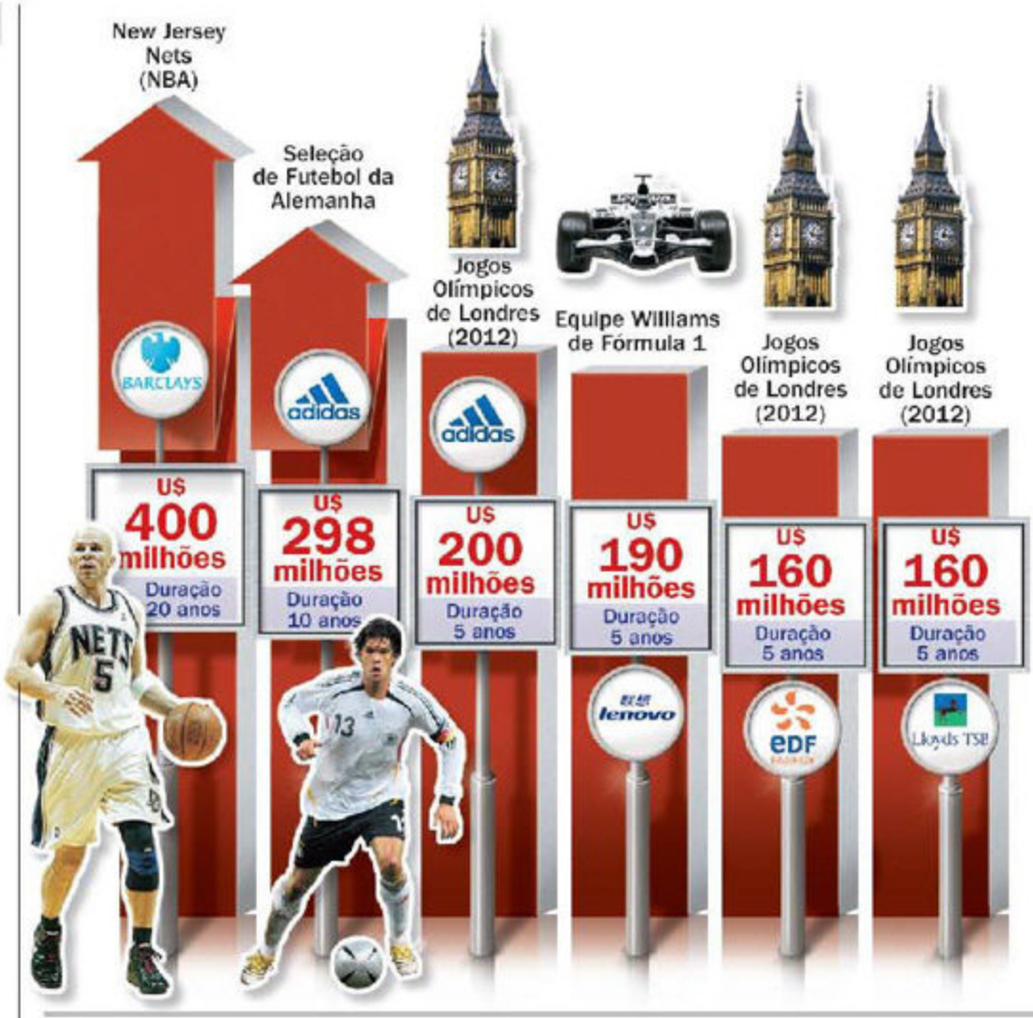
11 DE AGOSTO: *grife colombiana de roupas à prova de balas chega à África do Sul. Segundo a empresa, o próximo alvo é o Brasil.*

12 DE AGOSTO: *empresários anunciam a construção, nos Emirados Árabes, de edifício com formato do Pão de Açúcar.*

VAREJO

Wal-Mart, enfim, aposta no Brasil

Maior rede varejista do mundo, o Wal-Mart tem planos ambiciosos para o Brasil. O grupo é o terceiro colocado no ranking brasileiro do setor, atrás do Carrefour e do Pão de Açúcar. A relativa timidez apresentada pela operação brasileira nos últimos anos está com os dias contados. Na semana passada, o presidente da empresa no Brasil, Héctor Núñez, anunciou investimentos de R$ 1,8 bilhão na abertura de 90 lojas até o final de 2009. Segundo a companhia, dez mil pessoas serão contratadas. Trata-se do maior plano de expansão feito por uma companhia do setor de supermercados em um só ano. "O Brasil é um país com quase 200 milhões de habitantes e um potencial de consumo crescente da classe média", diz Núñez. "Por isso, é altamente estratégico para nós." Com números colossais, o Wal-Mart é exemplo de companhia que tem porte de nação. Seu faturamento é superior ao produto interno bruto de mais de uma centena de nações. Cerca de 100 milhões de pessoas – quase um Japão inteiro – passam todos os dias por seus cinco mil pontos-de-venda, contabilizadas as lojas americanas e aquelas instaladas no exterior.



AGRICULTURA

Mudanças climáticas vão provocar perdas bilionárias

Saiu o primeiro estudo sério sobre o impacto do aquecimento global na agricultura brasileira. Segundo a Embrapa e a Unicamp, o Brasil pode perder R$ 7,4 bilhões até 2020 se nada for feito para combater os efeitos perversos das mudanças climáticas. A cultura mais afetada será a soja, com 40% da produção nacional afetada. No caso do café, tudo indica que os produtores terão de trocar o Sudeste pelo Sul do País.

REUTERS

12 DE AGOSTO: *funcionárias seminuas da fábrica de cosméticos Lush fazem propaganda de perfumes em Berlim.*

REUTERS

13 DE AGOSTO: *brasileiras que representam a Geórgia em Pequim vencem russas no vôlei. O jogo foi chamado de "diplomacia de biquíni".*

AFP/CLAUDI SANTANA

13 DE AGOSTO: *bomba explode diante de filial do Itaú em Santiago, no Chile. A polícia não prendeu os terroristas.*

ESPORTE

Os maiores patrocínios do mundo

A fabricante alemã de material esportivo Adidas anunciou o investimento de US$ 200 milhões para ser uma das patrocinadoras dos Jogos Olímpicos de Londres, em 2012. O mundo dos esportes nunca faturou tanto. Estima-se que os 60 patrocinadores da Olimpíada de Pequim pagaram US$ 10 bilhões para expor suas marcas no maior evento esportivo do planeta. Outras grandes competições têm atraído cada vez mais publicidade. Confira quais são.

PETRÓLEO

Eike vai investir US$ 4,5 bilhões

O empresário Eike Batista está disposto a brigar com os pesos pesados do setor energético. A OGX, sua empresa de petróleo, vai investir US$ 4,5 bilhões para retirar seu primeiro óleo ao sul da Bacia de Campos, no Rio de Janeiro. O dinheiro será aplicado no desenvolvimento dos campos e na formação de parcerias com empresas exploratórias.

NÚMEROS

0,2%

FOI QUANTO caiu o PIB da Zona do Euro em relação ao trimestre anterior. Trata-se da primeira queda desde a criação da moeda, em 1999. A Zona do Euro é formada por 15 países da Europa que têm em comum essa unidade monetária.

103 milhões

DE LIVROS escolares serão comprados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), mantido pelo governo federal, num negócio avaliado em R$ 719,5 milhões. Para efeito de comparação, em toda a Bienal de São Paulo, que começou na quinta-feira 14, devem ser vendidos 2,2 milhões de exemplares.

1 bilhão

DE DÓLARES é quanto rendem por ano as vendas de bebidas à base de açaí nos Estados Unidos. O maior sucesso são os "smoothies", aqueles sucos americanos de frutas, da marca "Bom Dia". A bebida é produzida por uma empresa de Salt Lake City (Utah), que importa o açaí do Brasil.

5,6%

FOI QUANTO subiu a inflação nos Estados Unidos em julho na comparação com o mesmo mês do ano passado. É a maior alta anual desde 1991. Os preços dos alimentos puxaram a alta, seguidos pelos combustíveis e moradia.

INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

Montadoras preparam ciclo de investimentos

A indústria automobilística brasileira vive uma era de ouro. Os seguidos recordes de venda e produção fizeram o País ultrapassar a França, tornando-se o sexto maior fabricante de automóveis do mundo. A julgar pelo ritmo de investimentos, o crescimento continuará acelerado. Segundo projeções da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), o setor receberá uma injeção de recursos de cerca de R$ 18 bilhões nos próximos anos. Confira no quadro alguns dos investimentos previstos.

R$ 18 BILHÕES *é quanto as empresas devem investir no setor*

Empresa	Investimento
Toyota	R$ 7 bilhões na construção de uma fábrica em Sorocaba, no interior de São Paulo
Volkswagen	R$ 3,2 bilhões na modernização das fábricas e melhoria de processos
Fiat	R$ 2,6 bilhões na ampliação da fábrica de Betim, em Minas Gerais
Ford	R$ 2,5 bilhões na ampliação da unidade de Camaçari, na Bahia, e na compra da Troller
Mercedes-Benz	R$ 1,5 bilhão na unidade de produção de caminhões e ônibus de São Bernardo do Campo (SP).
General Motors	R$ 1 bilhão na renovação do portfólio de produtos

CURTAS

O GRUPO ODEBRECHT vai construir uma usina em Angola. O projeto, de valores não divulgados, terá como sócios produtores de cana locais e a estatal petrolífera Sonangol. Segundo a empresa, a decisão de investir na África se deve ao fato de a produção de açúcar do continente poder entrar na União Européia sem tarifa de importação.

AS 400 MAIORES indústrias da Zona Franca de Manaus faturaram no primeiro semestre US$ 15 bilhões, resultado 31,45% superior ante igual período do ano passado. O crescimento foi impulsionado pelas exportações de aparelhos celulares, concentrados para refrigerante e motocicletas.

A CÂMARA DOS DEPUTADOS aprovou na quarta-feira 13 um projeto que aumenta em dois meses a licença-maternidade e oferece incentivos fiscais às empresas que aderirem à proposta. A ampliação é opcional para todas as empresas privadas e se estende a mulheres que adotarem crianças. Como depende de sanção presidencial, a proposta deve entrar em vigor em 2009.

AVIAÇÃO

Novo jato executivo é apresentado

Maior feira da aviação executiva da América Latina, a Latin American Business Aviation Conference & Exhibition (Labace) começou na quinta-feira 14 com novidades. Pela primeira vez foi apresentado ao público o Phenom 300, o novo jato executivo da Embraer. Segundo Luis Carlos Affonso, responsável por essa área na companhia, as aeronaves da linha Phenom receberam 800 encomendas em mais de 40 países. O modelo 300 comporta nove passageiros e custa R$ 10,5 milhões.

EDUCAÇÃO

USP entre as melhores

Apontada como uma das melhores universidades do Brasil, a USP ganhou reconhecimento internacional. Segundo um estudo

do Instituto de Educação Superior da Universidade de Xangai, na China, ela está entre as 150 melhores do mundo – a pesquisa é uma das mais respeitadas internacionalmente. Parece pouco, mas não é. Nenhuma instituição latina está à sua frente. Harvard (EUA) é a primeira.

ENTREVISTA

“Vamos criar o pneu ecológico”

Criada há quatro anos a partir da união das áreas de químicos e polímeros da Bayer, a alemã Lanxess vai divulgar na semana que vem o melhor resultado trimestral de sua história. De abril a junho, a empresa lucrou 53 milhões de euros, ante prejuízo de 59 milhões de euros no mesmo período do ano passado. A empresa tem planos ambiciosos para o Brasil. Segundo Marcelo Lacerda, CEO da Lanxess no País, a operação brasileira será uma espécie de pólo global de inovação.

A Lanxess tem alguma ligação com a Bayer?
Nenhuma, é uma companhia totalmente independente.

Por que o Brasil é estratégico para a empresa?
A operação brasileira é a terceira maior do grupo no mundo, atrás apenas da Alemanha e dos Estados Unidos, com uma participação de 12% no faturamento global. E olha que estamos presentes em 21 países. Em 2008, devemos faturar US$ 1 bilhão no Brasil, já considerando a aquisição da Petroflex, maior produtora de borracha sintética da América Latina. É quase quatro vezes mais do que no ano passado.

O que explica essa performance?
Investimos na modernização de nossas quqtro fábricas no País e fizemos ajustes na operação. Isso, claro, sem falar no crescimento da economia brasileira, que impulsionou a todos.

Nos últimos anos, o setor químico investiu muito em inovação. Um exemplo é o plástico verde.
Estamos desenvolvendo uma borracha sintética que, aplicada em pneus de carros, vai ajudar a reduzir o consumo de combustível. Será um pneu ecológico.

Por Leonardo Attuch

CONSTRUÇÃO

A grande guerra imobiliária

Depois do boom de lançamentos na construção civil, o grande desafio é vender. E isso já está provocando a consolidação das corretoras de imóveis no País. Depois de um IPO e 11 aquisições nos últimos seis meses, a Brasil Brokers, comandada por **Sérgio Freire**, encostou na líder, a Lopes. Além disso, a maior corretora do mundo, a americana Century 21, que realizou vendas de US$ 6 bilhões no ano passado, está desembarcando no Brasil com a intenção de se tornar rapidamente uma das maiores do País.

JUSTIÇA

Sem acordo

O ex-presidente da Caixa Econômica Federal **Jorge Mattoso** não aceitou a proposta de transação penal, que extinguiria sua eventual pena na quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo Costa. O curioso é que foi o próprio Mattoso quem retardou o julgamento do caso, ao solicitar que fosse aberta a possibilidade de uma transação penal. O Ministério Público ofereceu ao réu a alternativa de dar aulas em Campinas e ele disse não.

PARCERIA

Gol a crédito

O presidente da Visa, **Rubén Osta**, fechou uma parceria com a CBF, de Ricardo Teixeira, e irá vender ingressos para os jogos da Seleção Brasileira nas eliminatórias da Copa de 2010 pela internet e com cartão de crédito. A Visa já fechou parcerias semelhantes para jogos do Brasileirão com equipes como Palmeiras, Botafogo e Figueirense.

ALIMENTOS

Wilma com pimenta

A Wilma, uma das indústrias de alimentos que mais crescem no País, fechou mais uma aquisição. A empresa mineira, que já fatura mais de R$ 500 milhões/ano, comprou a Pirata, uma das líderes no mercado de temperos e molhos de pimenta.

AUTOMÓVEIS

Aposta coreana

Na semana passada, um batalhão de executivos da Hyundai desembarcou no Brasil. Animados com as vendas de importados no mercado brasileiro, eles querem trazer uma fábrica de carros pequenos e médios para o Brasil. O atual importador **Carlos Alberto de Oliveira Andrade** seria sócio no empreendimento.

CURTAS

Juntos, os dez bancos que mais perderam com a crise hipotecária americana sofreram prejuízos de US$ 275,5 bilhões. Destes, seis demitiram seus CEO´s, numa lista que inclui nomes como Merrill Lynch e UBS. Dois dos bancos que preservaram o comando foram o HSBC e o Bank of America.

A Universidade de Chicago, nos Estados Unidos, está em crise existencial. A instituição, associada ao pensamento liberal de Milton Friedman, anunciou a criação de um instituto de economia, que receberia US$ 200 milhões e deveria ser batizado com o nome de Friedman, morto em 2006.

Ocorre que mais de 100 acadêmicos decidiram se rebelar e escreveram uma carta ao reitor da universidade protestando contra a escolha do nome. Eles argumentam que a homenagem a Friedman sinalizaria uma opção ideológica, cerceando o debate econômico. Pelo visto, os Chicago Boys não querem mais ser "Friedman Boys".

ESPORTES OLÍMPICOS

Colaboraram Márcio Kroehn e João Carlos Godoy

HOTÉIS

De carona com a classe média

A expansão da classe média brasileira turbinou os investimentos do grupo Accor no Brasil. O presidente, Firmin António, acaba de aprovar um plano que prevê a inauguração de 120 unidades dos hotéis populares Ibis e Formule 1 nos próximos sete anos. O curioso é que 100 deles serão construídos em médias e pequenas cidades.

SE VOCÊ FOSSE ESCOLHER UM CARRO ACIMA DE R$ 70 MIL, ESCOLHERIA BMW, MERCEDES, AUDI OU JAGUAR?

A QUATRO RODAS NÃO ESCOLHEU NENHUM DESSES.

1º LUGAR

Drive your way.

HYUNDAI www.hyundai-motor.com.br

HYUNDAI AZERA.
LANÇAMENTO LINHA 2009.

ELEITO PELA QUATRO RODAS
A MELHOR COMPRA
NA CATEGORIA ACIMA DE R$ 70.000,00.

MELHOR COMPRA QUATRO RODAS 2008 ZERO KM ACIMA DE 70000 REAIS

1º LUGAR

AZERA

3.3 V6 DUAL VVT-i 24V

O máximo em tecnologia, potência e sofisticação.

Bancos, direção e retrovisores com ajuste elétrico simultâneo de 3 memórias. Detalhes em legítima madeira de lei (rádica)

Cortina de proteção solar no vidro traseiro. Sensores de chuva no pára-brisa

Áudio Infinity (JBL) com MP3, disqueteira para 6 CDs no painel e 10 alto-falantes

Lanternas traseiras e luzes de freio com LED. Abertura do porta-malas a distância

Faróis de xenon HID com acendimento automático e simultâneo do painel

10 air bags, máxima segurança 5 estrelas no NCAP

HYUNDAI www.hyundai-motor.com.br

Drive your way.

GARANTIA DE QUALIDADE 5 ANOS

SEM LIMITE DE QUILOMETRAGEM

HYUNDAI Official Partner

LANÇAMENTO LINHA 2009

MAIS EQUIPADO. MAIS LUXUOSO.

Transmissão automática de 5 velocidades H-Matic com acionamento manual Shiftronix extramacio e controle adaptativo Learning Mode automático

Vidros fotocromáticos. Escurecem conforme a intensidade da luz solar

Ar-condicionado com controle individual de temperatura, filtro antipólen, AQCS (Air Quality Control System) e umidificador de ar

PROMOÇÃO ESPECIAL - LINHA 2008

TAXA 0% de juros

Azera Completo

R$ 98.400

50% DE ENTRADA + 24X SEM JUROS

Azera Completíssimo

R$ 108.930

50% DE ENTRADA + 24X SEM JUROS

Promoção especial linha 2008. Modalidade leasing. Juros pagos pelo distribuidor. Tarifa não inclusa. CET e tarifa serão fornecidos pelo agente financeiro que aprovar o crédito.

DISTRIBUIDORES EM TODO O PAÍS: 0800 77 02 011

Por Denize Bacoccina

com Adriana Nicacio e Gustavo Gantois

TRÂNSITO

Dor de pai

O ministro das Cidades, **Márcio Fortes**, passou a dedicar a maior parte do seu tempo na elaboração de mudanças do Código Brasileiro de Trânsito. Ele propõe, por exemplo, multas por excesso de velocidade no trecho e não apenas no radar. "Quero evitar que só freiem para passar pelo radar e continuem correndo", diz. Há quatro anos, Fortes perdeu um filho de 22 anos em um acidente de carro e diz: "Não é caixinha de maldades, só não quero para outros pais a dor que eu sinto".

AGÊNCIAS REGULADORAS

Fora da pauta

Ficou fora das prioridades a serem votadas antes das eleições o PL 3337/04, que reformula as agências regulatórias e facilita a demissão de diretores. O presidente da Câmara, **Arlindo Chinaglia**, ainda espera conseguir um acordo nesta terça-feira 19. Todos os partidos já concordaram em colocar o projeto na pauta, inclusive o PSDB. Só falta o DEM.

SINDICALISMO

Sem preconceitos

Depois da posse da diretoria do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC (CUT), o presidente **Lula** deve ir, nesta semana, à comemoração do 20º aniversário da Confederação Nacional dos Trabalhadores Metalúrgicos (Força). Quando foi criada, em 1985, era dirigida por Joaquim dos Santos Andrade, o Joaquinzão, inimigo político do sindicalista Lula.

CÂMARA

Quorum garantido

Apesar das campanhas nos municípios, tem sido alto o comparecimento nas sessões da Câmara dos Deputados nas sessões do meio da semana. Nas que aprovaram a renegociação da dívida agrícola e o plano de carreira dos servidores estavam presentes 90% dos deputados, incluindo os candidatos Fernando Gabeira, Chico Alencar, **Manuela D'Avila**, Maria do Rosário, Onyx Lorenzoni e Luciano Castro.

NOTAS

Para tentar driblar a falta de quartos de hotéis de três e quarto-estrelas no Rio de Janeiro, a comissão organizadora da candidatura do Brasil para sediar a Olimpíada de 2016 vai propor que a cidade receba navios de cruzeiro para hospedar os visitantes. O artifício já foi usado em outros jogos, por isso os organizadores acham que o COI vai aceitar a proposta. A cidade tem apenas 23 mil quartos nas categorias exigidas – o mínimo é 40 mil, mas Londres, que recebe os Jogos em 2012, terá 103 mil.

A Fiesp começou a se planejar para um cenário pós-Doha. Na semana passada, Paulo Skaf se reuniu com os senadores Heráclito Fortes e Eduardo Azeredo e com o futuro embaixador do Brasil na Comissão Européia, Ricardo Neiva Tavares, para pensar em alternativas para depois do fracasso. A Fiesp se comprometeu a identificar países e setores para um possível acordo bilateral.

Foto de ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

CENA DO PLANALTO

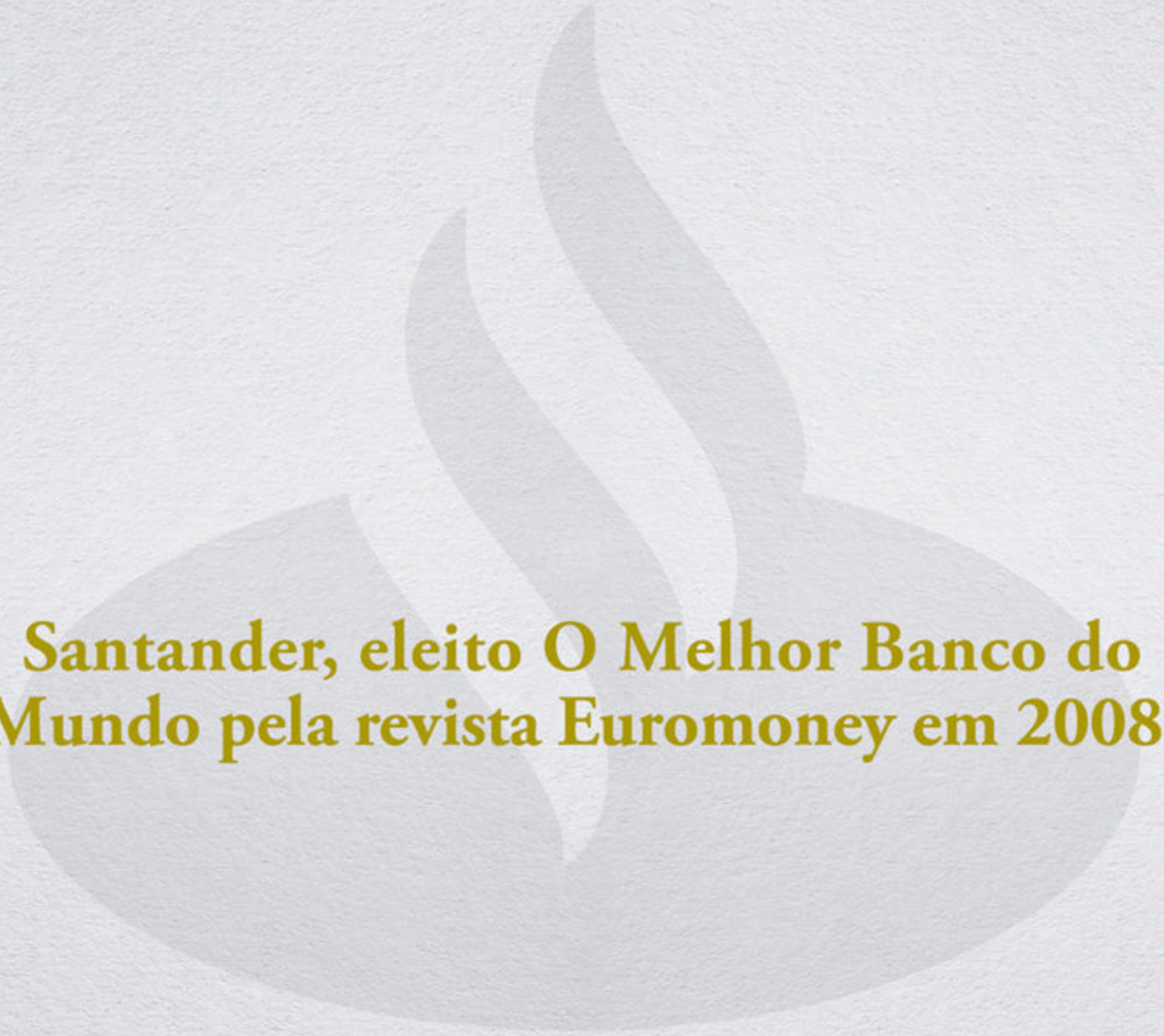
CPI dos Grampos

O juiz **Fausto De Sanctis** defendeu na comissão da Câmara o uso do grampo nas investigações e disse que "apenas" 2,43% dos 600 processos na Vara em que ele atua tiveram autorização para usar este tipo procedimento. O juiz disse que vê "uma síndrome do pânico" no medo que as pessoas têm de estarem sendo grampeadas. No dia seguinte, o lugar foi ocupado por Daniel Dantas, que conseguiu habeas-corpus para ficar calado, mas resolveu falar – e bastante.

NAVIO MAIS BARATO

Produção caseira

O comandante **Julio de Moura Neto**, da Marinha, quer mostrar ao governo que pode fazer mais por menos. No próximo dia 19, ele entregará a corveta Barroso, que estava sendo construída há três anos. O custo ficou em U$ 263 milhões. Caso tivesse encomendado a estrangeiros, o valor seria de até US$ 350 milhões.



Santander, eleito O Melhor Banco do Mundo pela revista Euromoney em 2008.

Por Ana Clara Costa

FESTIVAL

Lula no El Ojo

Maior festival publicitário da América Latina, o El Ojo Iberoamericano contará com a participação simbólica das três maiores lideranças da região: Lula, Hugo Chávez e Fidel Castro. O trio não irá ao festival, mas a agência Santa Clara elaborou um vídeo bem-humorado simulando a participação deles, em que cada um conta a história dos Três Porquinhos à sua maneira. O frame acima retrata a versão de Lula.

MERCADO

Caipirinha para age.

A agência acaba de conquistar a conta da Caipirinha ONE. A empresa, cujo dono é Ricardo Ermírio de Moraes, vende um novo modelo do produto: sachês de caipirinha pronta, congelada, sem adição de conservantes e com pedaços de frutas.

ESTADOS UNIDOS

O subprime da mídia

A crise financeira vivida pelo Hemisfério Norte acertou em cheio os grandes grupos de comunicação. As vendas de anúncios recuaram em média 8% nos Estados Unidos. O grande algoz desta vez parece ser a indústria automotiva, que cortou somente no segundo trimestre US$ 414 milhões de sua verba de marketing, segundo a TNS Media Intelligence. Os jornais foram os mais afetados. Deixaram de ganhar US$ 131 milhões em publicidade de automóveis. O *New York Times*, após anunciar queda de 16,4% nos anúncios, decidiu aumentar seu preço em banca. De US$ 1,25, irá para US$ 1,50. As revistas não perderam tanto em anúncio, mas as vendas em banca nos EUA caíram 6,3% no trimestre. O *Financial Times* é a única exceção à regra. O jornal inglês anunciou aumento de 8% na venda de anúncios.

Grupo	Vendas de anúncio
New York Times	- 16,4%
News Corp	- 10%
Time Inc.	- 10%
CBS	- 6%
Financial Times	8%

CONCURSO

SP revela o Brás

O projeto de revitalização do tradicional bairro paulistano, Abrace o Brás, contará com um concurso de fotografias para profissionais e amadores. Os participantes podem fotografar o bairro e inscrever seus trabalhos no site www.abraceobras.com.br. As fotos irão a votação popular pela internet a partir de 31 de agosto e um comitê julgador, que terá um representante da Neogama/BBH, ajudará a escolher os finalistas. Os prêmios serão câmeras profissionais e notebooks. A iniciativa é da Klabin Segall.

BATE-PAPO

Yacoff Sarkovas,

presidente da Significa, falou com a Mídia

Qual será o direcionamento do seminário Com:Atitude este ano?

Aumentar o nível de profundidade dos temas discutidos, sempre relacionados a atitude de marca. Palestras de 1h30 não permitem um aprofundamento tão grande, mas vamos tentar.

Qual é a diferença entre atitude de marca e branding?

O branding planeja o posicionamento e a atitude de marca tangibiliza isso no cotidiano e ajuda a criar uma relação afetiva das pessoas com a marca.

Sobre o que será a palestra de Gilles Lipovetsky?

Ele vai falar sobre o consumo em geral e como essa necessidade de compra substitui a religião no sentido aspiracional de cada pessoa.

PEQUIM 2008

Benetton e a polêmica

A grife italiana esperou a chegada dos Jogos Olímpicos para divulgar seu mais novo anúncio com teor social. Desta vez, a peça ilustra um militar chinês e um monge budista diante da palavra Vítimas. O objetivo é pedir paz para a região do Tibete.

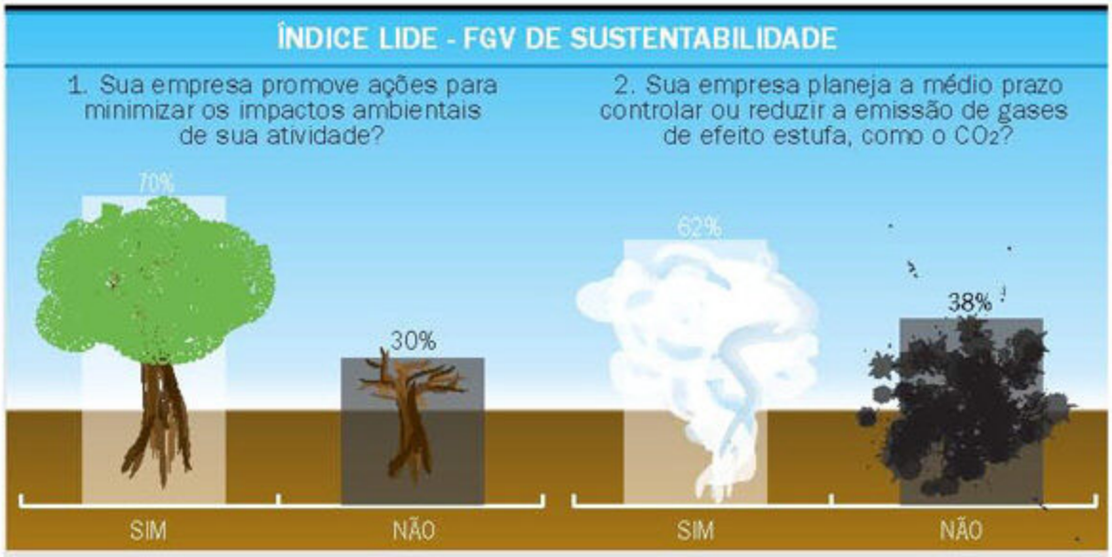
CAMPANHA

Banho real

Reforçando a idéia da beleza da mulher comum, a Dove criou a campanha Banho 10 para o lançamento de seu novo gel de banho, Dove Cream Oil Shower. Convocou 15 fotógrafos para clicarem mulheres anônimas no banho. A foto ao lado é de Christian Gaul. O investimento da Unilever para o lançamento foi de R$ 16,5 milhões. Quem assina a campanha é a Ogilvy & Mather.

Banco Real, reconhecido mundialmente como O Banco Mais Sustentável do Ano pelo Financial Times em 2008.

Por Márcia Valsman



PESQUISA

Empresários engajados

Nada menos que 70% das empresas brasileiras atuam para minimizar os impactos ambientais de sua atividade. Essa foi a principal conclusão de pesquisa realizada pelo Lide – Fórum de Líderes Empresariais e a FGV junto a 204 empresários e executivos na semana passada. A enquete, anunciada durante o evento "Sustentabilidade: Crescimento Econômico com Respeito Ambiental", mostrou um aumento da preocupação com o tema. 62% dos entrevistados disseram ainda que suas empresas pretendem, a médio prazo, implantar medidas que reduzam a emissão de gases do efeito estufa. "Os princípios de sustentabilidade já estão se movendo para o eixo das decisões estratégicas dos negócios, mas não tão rapidamente como deveria ser", afirma o ex-ministro do Desenvolvimento Luiz Fernando Furlan, atual presidente do conselho de administração da Fundação Amazônia Sustentável e principal palestrante do evento.

FOLIC

Desfile do bem

Na quinta-feira, a carioca Folic, empresa de moda feminina, vai realizar o desfile de lançamento primavera/verão 2009 em prol do Projeto Paraisópolis sem Fome, no Morumbi. Com ingressos a R$ 50, a grife – que tem cinco lojas em São Paulo – pretende reverter 80% da renda para a compra de mantimentos. Com esta atitude, a Folic quer firmar-se como empresa socialmente responsável e atrair a clientela paulistana.

PLANTIO

Imagem verde

A gigante americana Dow Chemical quer mais do que vender química no Brasil. Para mostrar sua imagem responsável com o meio ambiente, doou U$ 1,5 milhão para a ONG ambiental The Nature Conservancy (TNC) para plantar árvores na represa Cachoeira, uma das seis do Sistema Cantareira, responsável pelo abastecimento de água para quase metade da Grande São Paulo.

ÁGUA

De olho no Tietê

A menor refinaria da Petrobras – com produção de 53 mil barris por dia – é a primeira da América Latina a tratar a água com descarte zero de efluentes. Desde abril, a Refinaria de Capuava tem uma unidade de reúso de água do rio Tamanduateí, afluente do Tietê com alto porcentual de esgoto. A unidade deve tratar um bilhão de litros e reutilizar 700 milhões de litros anualmente.

SEGURANÇA INFANTIL

Trânsito, o vilão

Em parceria com a Johnson & Johnson, a ONG Criança Segura – presente em 16 países – divulgou relatório no Brasil sobre as causas de morte envolvendo crianças: os acidentes em geral correspondem a 79% de óbitos – os de trânsito respondem por 40% desta fatia. Por isso, a ONG comemora uma pequena conquista: a obrigatoriedade do selo do Inmetro nas cadeirinhas infantis.

COMBUSTÍVEIS

Montadora quer virar flex

Para atrair compradores brasileiros avessos aos bens duráveis made in China, a montadora chinesa Chana Motors adere à onda verde. Até 2009, seus modelos devem ser vendidos com tecnologia flex. Por ora, o combustível ainda é a gasolina. Com isso, a empresa pretende reverter as vendas baixas. Desde que a empresa se instalou no País, no ano passado, dos mil veículos que ela esperava comercializar, apenas 600 foram vendidos.

Aos nossos clientes, funcionários, fornecedores e amigos:

Nossas mais recentes premiações internacionais tornam o Santander e o Real uma referência global no setor de serviços financeiros.

Os dois bancos, cada um inovador a seu modo, conquistaram a confiança e a preferência de seus clientes, trazendo aperfeiçoamentos e evoluções significativas tanto na eficiência da prestação de serviços financeiros como na atuação junto ao mercado e à sociedade.

Iniciamos agora uma nova etapa do Santander e do Real no País: seremos parte de uma única organização, o Grupo Santander Brasil.

Nosso relacionamento com clientes e funcionários permanece inalterado.

O processo de integração será gradual e potencializará nossas experiências e recursos em benefício de todos: clientes, funcionários, fornecedores, acionistas e sociedade.

Somos mais de 55 mil funcionários, 8 milhões de correntistas e 500 mil empresas clientes em todo o Brasil. Com o orgulho de nossa união e movidos por uma visão inovadora de negócios, disputaremos o posto de melhor e mais eficiente banco do País.

O momento é de celebração. Prêmios tão relevantes como esses só são possíveis quando a organização conta com a lealdade e o prestígio de seus clientes. Por isso, agradecemos o apoio de todos e, antecipadamente, manifestamos nossa satisfação em continuar a contar com essa confiança na nova etapa de nossa jornada.

Juntos, seremos ainda mais fortes.

Grupo Santander Brasil

BANCO REAL
O banco da sua vida

Santander
O Valor das Idéias

TALENT

POR ADRIANA NICACIO

"Não existe mais privacidade no País"

As interceptações telefônicas se disseminaram

de tal forma pelo Brasil que, se o empresário não estiver grampeado, ainda correrá um grande risco de conversar com alguém que esteja. O ex-diretor-geral da Polícia Federal e presidente da CPI das Escutas Telefônicas, deputado Marcelo Itagiba (PMDB-RJ), afirma que, embora a comissão trabalhe com o número de 409 mil pessoas grampeadas, a quantidade pode ser muito maior. "Como o grampo se tornou um instrumento usual e fácil, a polícia, com um certo comodismo, passou a usá-lo para investigar o crime que nem aconteceu", critica o deputado. "Investiga-se a pessoa, não o crime." Ele se preocupa com os milhões de horas de gravações que foram feitas e nem se sabe onde estão armazenadas. Para se proteger da espionagem empresarial, ele só tem uma recomendação: evitar falar ao telefone e não usar e-mails.

DINHEIRO – O Brasil virou uma república de grampos?
MARCELO ITAGIBA – *Com certeza. Não é só a telefonia que está sendo interceptada. Os e-mails também. Todas as formas de comunicação hoje estão submetidas ao uso da interceptação.*

DINHEIRO – As vidas privadas estão expostas?
ITAGIBA – *Completamente. Acabou a privacidade*

DINHEIRO – Sabe-se que há 409 mil telefones grampeados...
ITAGIBA – *No mínimo. Esse é um fato importante. É preciso ter um órgão capaz de contabilizar esses números no País, porque ninguém tinha esses números, nenhuma autoridade do Judiciário, nenhuma policial nem o Ministério Público.*

DINHEIRO – Se cada uma dessas 409 mil pessoas falar com outras dez, haveria quatro milhões de pessoas grampeadas?

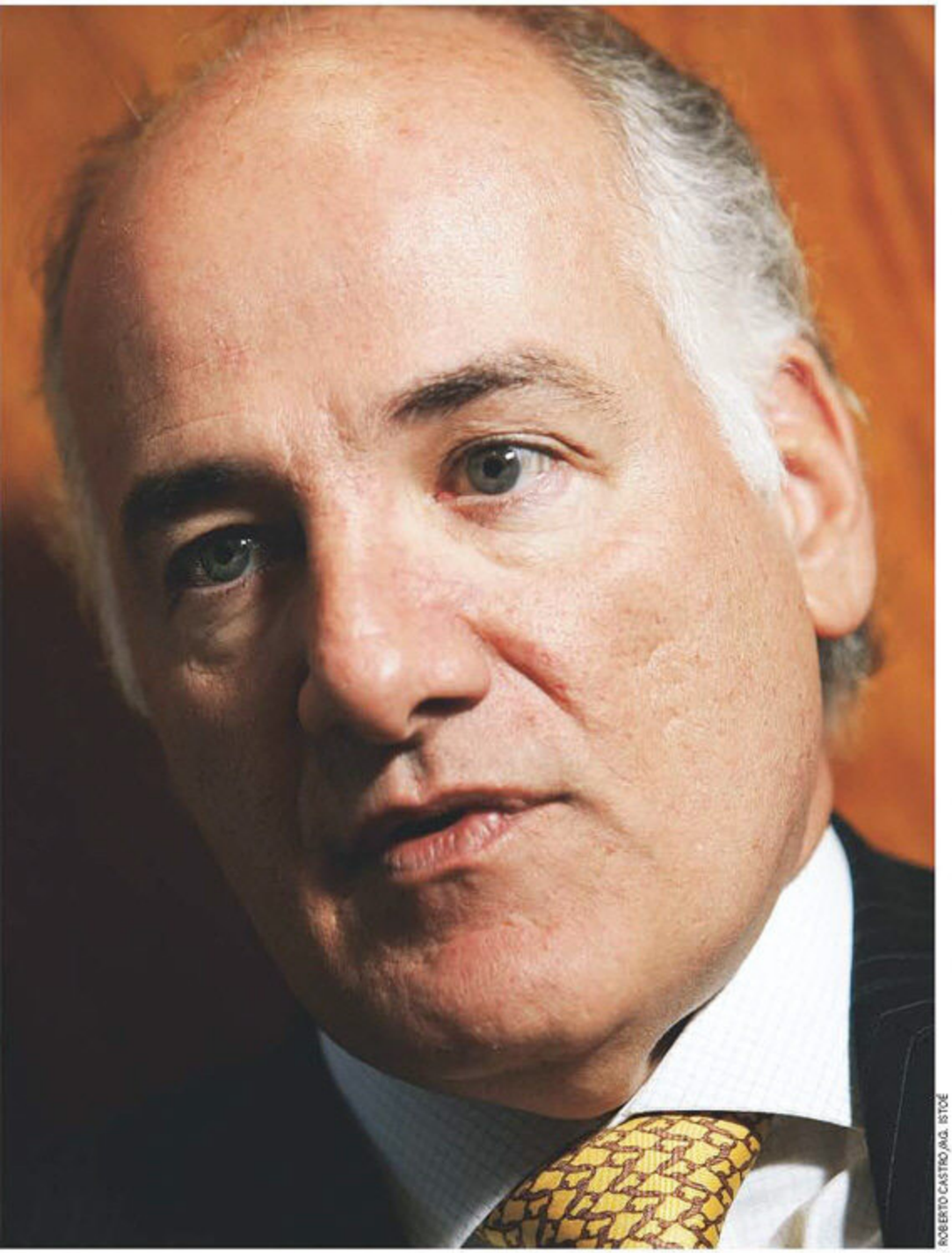
ITAGIBA – *É um cálculo raso, esse número pode ser maior. Por isso, eu falo em banalização. O criminoso deve ser investigado, mas a lei que hoje está vigente não é usada de forma correta. A polícia deveria investigar primeiro e solicitar a interceptação depois.*

"Vale a regra de Tancredo: só usar o telefone para marcar reunião à qual você não vai"

Tancredo Neves, político mineiro

DINHEIRO – O que ocorre hoje?
ITAGIBA – *Muitas vezes se concede a interceptação para casos que não seriam necessários, ou antes de eles se fazerem necessários. A lei estabelece que se deve investigar para interceptar e não interceptar para investigar. Ela existe para os crimes que foram praticados e não para investigar pessoas.*

DINHEIRO – Podemos falar numa personificação dos grampos?



ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

ITAGIBA – *É isso mesmo. E essa questão é séria, porque vira perseguição. Não se pode investigar pessoas por tempo indeterminado. Isso viola os direitos constitucionais e os direitos da intimidade das pessoas. O grampo tem que ser exceção e não regra.*

DINHEIRO – O sr. percebe um uso político desse instrumento?
ITAGIBA – *A forma como está sendo utilizado dá margem para que possa ser utilizado politicamente.*

DINHEIRO – Em que casos a interceptação telefônica é necessária?
ITAGIBA – *Ela é um instrumento fundamental para a investigação policial, principalmente para apurar crimes do colarinho-branco, contra o sistema financeiro, de bando ou quadrilha, tráfico de drogas e de criminalidade organizada, como seqüestro.*

DINHEIRO – Se ela é tão necessária, como se evitar a arbitrariedade?
ITAGIBA – *Há várias propostas, tanto do Executivo quanto do Legislativo. Na verdade, a lei do grampo foi feita há 12 anos e, a meu ver, foi bem elaborada. Mas não previu tudo isso que está acontecendo no País.*

DINHEIRO – O que mudou?
ITAGIBA – *Antes, não tinha autorização para fazer interceptação, então se investigava muito mais. Quando veio a lei, as polícias usaram muito as interceptações para fazer prisões em flagrante, principalmente vinculadas ao tráfico de drogas. Depois evoluiu para um outro sistema, que é o uso da interceptação como meio probatório do crime ocorrido. Mas hoje, como se tornou um instrumento usual e fácil, a polícia, com comodismo, passou a se utilizar do grampo para investigar o crime que aconteceu e o que vai acontecer. Investiga-se a pessoa, não o crime.*

DINHEIRO – O sr. quer dizer que para facilitar seu trabalho, a polícia atropelou os direitos individuais?
ITAGIBA – *Em alguns casos, violam a lei e a Constituição.*

DINHEIRO – Como o cidadão e o empresário devem lidar com isso?
ITAGIBA – *Tancredo Neves, antes da lei do grampo, dizia: "Use o telefone só para marcar reunião à qual você não vai". Porque se for, há um risco.*

DINHEIRO – O Congresso reagirá?
ITAGIBA – *Nós temos que criar um novo marco legal que continue permitindo as interceptações telefônicas, porque elas são fundamentais, mas que, ao mesmo tempo, regule determinadas situações que estão sendo ultrapassadas. Por exemplo, a questão dos equipamentos. De que forma eles podem ser comercializados ou utilizados? Como devem ser auditados? O que fazer? Embora a lei preveja isso, ninguém toma cuidado com as informações que não foram utilizadas nas investigações. Qual o destino delas? Foram realmente destruídas ou não?*

DINHEIRO – Há um excesso por parte dos juízes que autorizam grampos?
ITAGIBA – *Eles devem ter liberdade para decidir, mas o critério tem que ser o que a lei estabelece. Uma coisa muito grave são os prazos extensos que os juízes concedem sem que sequer tenham condições de apreciar as provas.*

DINHEIRO – Por exemplo?
ITAGIBA – *Dois anos de interceptação. Quantas mil horas de interceptação*

NO MUNDO NASCEM 135 MILHÕES DE CRIANÇAS POR ANO.

Planta, Brasil.

O Brasil já é o maior exportador de alimentos do mundo. Hoje são mais de 165 países que compram os nossos produtos. Ótimo para eles que podem alimentar suas populações, excelente para nós que fortalecemos nossa economia, geramos empregos, recebemos divisas, arrecadamos impostos. Nossa safra de grãos foi de 140 milhões de toneladas. É um número impressionante, mas ainda é pouco. Podemos, e vamos, produzir muito mais.

Um dos fatores que tem garantido a agricultura brasileira é o emprego de tecnologia avançada, possibilitando elevados índices de produtividade. Na base de toda a produção estão fertilizantes da melhor qualidade. Existem mais de 120 empresas no setor, muitas há dezenas de anos garantindo os fertilizantes e o apoio que os produtores do campo precisam, com mais de 4 mil agrônomos contratados.

Só em 2007 estas empresas forneceram 25 milhões de toneladas de adubos aos agricultores brasileiros. Também é um número impressionante, mas ainda é pouco. Podemos, e vamos, produzir cada vez mais. Para isto várias empresas do setor estão investindo mais de R$ 4 bilhões nos próximos 4 anos em novas minas e unidades industriais. O fósforo, um dos minérios mais importantes na composição dos fertilizantes, terá sua produção aumentada em 50%, diminuindo muito a dependência das importações.

O Brasil é a esperança mundial para fornecer a alimentação das gerações atuais e futuras. Nós garantimos os fertilizantes. Planta, Brasil. Porque está provado, plantando o Brasil anda.

ANDA
ASSOCIAÇÃO NACIONAL
PARA DIFUSÃO DE ADUBOS

núcleo

isso representa? Qual é o juiz que vai ouvir isso tudo para fazer o juízo se aquela pessoa cometeu um crime ou não? Tem um problema adicional: todas as outras pessoas que conversaram com o investigado, mas não cometeram nenhum crime, tiveram suas conversas gravadas. Muitas delas conversaram coisas pessoais, reservadas, assuntos íntimos. Que fim levaram essas gravações? Sabe quem tem esse grande banco de dados?

DINHEIRO – Não. Quem?
ITAGIBA – *Não faço a menor idéia. É o que eu quero saber. A CPI também. Queremos saber se existe algum arquivo geral. Porque a lei estabelece que todas as conversas que não foram utilizadas devem ser destruídas. Só que eu nunca vi um auto de destruição.*

DINHEIRO – Como o grampo funciona em outros países?
ITAGIBA – *Nos Estados Unidos não se fabrica nenhum instrumento nem se codifica nada sem que o órgão de fiscalização oficial do governo tenha a chave para acessar, que é uma questão de segurança nacional. O problema aqui é que a lei não é seguida. Os grampos estão revestidos de uma capa de legalidade, porque são autorizados por juízes, mas não quer dizer que o fato seja legal.*

DINHEIRO – A PF saiu do controle?
ITAGIBA – *Uma coisa é a Polícia Federal, instituição, a outra coisa é cada delegado na presidência de seu inquérito. Ele tem autonomia para fazer tudo dentro da lei, se estiver fora da lei tem que ser responsabilizado.*

DINHEIRO – O que esperar quando até o presidente do Supremo Tribunal Federal é grampeado?
ITAGIBA – *Isso é um absurdo. É uma violação do direito sagrado de ter uma Corte com autonomia para poder decidir sem qualquer tipo de pressão. Se isso de fato aconteceu, é uma violação gravíssima. Ninguém pode monitorar um ministro da Suprema Corte sem a autorização de um ministro da Suprema Corte. Eu acho que o ministro Tarso Genro já deveria ter instaurado um inquérito para apurar isso. A PF, tão competente, deveria investigar. Pode ter partido de outro órgão do governo.*

DINHEIRO – O sr. se refere à Abin?
ITAGIBA – *Isso deve ser aprofundado e o diretor Paulo Lacerda será ouvido pela CPI. Todo mundo sabe que, no passado, o Serviço Nacional de Informações agia de forma ilegal, com interceptações telefônicas.*

DINHEIRO – A Abin virou um SNI?
ITAGIBA – *Não, isso não.*

DINHEIRO – Há ainda o outro lado, que é o comércio dos grampos ilegais.
ITAGIBA – *Estamos "futucando" essas questões. Essa CPI nasceu de um receio que a mais alta Corte do País, o Supremo Tribunal Federal, se sentia ameaçada. É preciso aumentar a repressão para evitar essa proliferação de grampos que hoje existe no Brasil. Incluindo o controle dos equipamentos, quem pode comprá-los, quem pode vendê-los e quem fará o controle.*

"Tarso Genro já deveria ter aberto um inquérito para investigar o grampo no STF"

Tarso Genro, ministro da Justiça

DINHEIRO – Enquanto nada disso é feito, o cidadão fica à mercê dos espiões?
ITAGIBA – *Nós já comprovamos na CPI a existência de pessoas que teriam feito interceptações indevidas. Assim que concluirmos a CPI, vamos encaminhar esse material para que o Ministério Público adote as medidas cabíveis. A própria Kroll está sob investigação da CPI, por suposta prática de interceptações ilegais.*

DINHEIRO – Quem está nessa lista?
ITAGIBA – *Ao que parece, o Daniel Dantas, do Opportunity, está por trás dos grampos da Kroll. Por isso eu estou ouvindo o delegado Protógenes Queiroz e o juiz Fausto De Sanctis. Eu quero justamente saber se no curso da investigação há algum indício, informação ou prova de interceptação telefônica indevida e criminosa por parte de Daniel Dantas e seu grupo.*

DINHEIRO – Não foi a concorrente Telecom Italia que entregou o CD do caso Kroll à PF?
ITAGIBA – *Precisamos investigar. Já tivemos algumas informações e vamos solicitar outras ao juiz da causa.*

DINHEIRO – As operadoras de telefonia estão colaborando com a CPI?
ITAGIBA – *Infelizmente, estão contribuindo muito pouco.*

DINHEIRO – Por quê?
ITAGIBA – *Talvez estejam com receio de abrir a caixa-preta deles. Não dá nem para conferir se o número de 409 mil que elas forneceram é verdadeiro ou não.*

DINHEIRO – Que interesses estão envolvidos?
ITAGIBA – *Há muitos interesses envolvidos e muitos contrariados, principalmente quando se fala em fusão de teles. Me parece que essa fusão viola todos os preceitos legais, estão tentando mudar a legislação para permitir que grupos que estão sob investigação se fundam.*

DINHEIRO – A CPI investiga a Brasil Telecom e a Oi?
ITAGIBA – *Brasil Telecom, sim, porque o Daniel Dantas é sócio.*

DINHEIRO – O que o sr. recomenda aos empresários que correm o risco de terem suas vidas devassadas pelas escutas oficiais ou clandestinas, sem que tenham cometido nenhum crime?
ITAGIBA – *A melhor precaução é falar ao telefone somente aquilo que pode ser falado. Nada mais.*

Real Domicílio Centralizado

Seus recebíveis dos cartões de débito e crédito reunidos numa única conta.

O Banco Real tem mais uma maneira de ajudar a gerenciar o seu negócio. Com o **Real Domicílio Centralizado,** você concentra o recebimento das suas vendas realizadas com cartão de crédito e débito das bandeiras **Visa** e **MasterCard** numa única conta. Além de facilitar o controle do fluxo de caixa, essa solução pode ampliar as suas linhas de crédito que utilizam esses recebíveis como garantia, gerando novas oportunidades de crescimento para a sua empresa.

Para conhecer todas as vantagens do Real Domicílio Centralizado, fale com seu gerente ou acesse: www.bancoreal.com.br/empresa/domicilio

Reinvente
Vem com a gente

Empresas reais. Soluções reais.

SAC – Serviço de Apoio ao Cliente: 0800 707 2399
Ouvidoria: 0800 286 8787

O banco da sua vida

BANCO REAL

TALENT

*Juros pagos pelas concessionárias participantes. Promoção válida até 31/8/08 ou término do estoque, o que ocorrer primeiro. Estoque de 10 unidades para cada um dos códigos: S.173 e S.143. Crédito sujeito a aprovação pela Instituição Financeira. Frete e TAC não inclusos. Taxa de 0% ao mês somente em operação de leasing com 50% de entrada e o saldo em 36 meses. Garantia de 5 anos sem limite de quilometragem. Fotos ilustrativas.

SORENTO

Veja o mundo de cima.

50% de entrada + 36 parcelas sem juros.*

KIA MOTORS

O poder de surpreender

0800 77 11011

www.kia.com.br

Editora Três

EDITOR E DIRETOR RESPONSÁVEL
DOMINGO ALZUGARAY
EDITORA
Cátia Alzugaray
PRESIDENTE EXECUTIVO
Carlos Alzugaray

Dinheiro

DIRETOR EDITORIAL
Carlos José Marques
DIRETOR EDITORIAL-ADJUNTO
Luciano Suassuna
DIRETOR DE NÚCLEO
Luiz Fernando Sá

EDITOR EXECUTIVO: Joaquim Castanheira.
EDITORES: Amauri Segalla, Carlos Sambrana, Leonardo Attuch e Milton Gamez. REPORTAGEM: Adriana Mattos, Ana Clara Costa, João Carlos Godoy, Márcia Valsman, Márcio Kroehn, Ricardo Osman, Roberta Namour e Rosenildo Gomes Ferreira.

AGÊNCIA ISTOÉ: Editor Executivo: Cesar Ityberê. Editor: Claudio Gatti. Editor Assistente: Max G. Pinto. Repórteres-fotográficos: Alexandre Sant'anna e Roberto Castro. Produção: José Carlos Vieira, Luis Tersariolli, Maria Celia Pereira de Almeida e Thatiana Debiagi. Pesquisa: Eduardo A. Conceição Cruz. Digitalização: Fortunato Siciliano.

DIAGRAMAÇÃO E ARTE
DIRETOR DE ARTE: Paulo Roberto Aloe.
Chefe de Arte: Alexandre Fedrizzi.
Diagramadores: Edyges Neres, Fabiano Duarte e José Américo de Lima.
Assistente de Arte: Rodrigo Cabral. Ilustradores: Evandro Rodrigues (Chefe) e Anderson Cattai

SUCURSAIS E CORRESPONDENTES
BRASÍLIA: Diretor: Octávio Costa. Editora: Denize Baccocina.
Repórteres: Adriana Nicacio e Gustavo Gantois. – Secretária: Suely Melo.

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amelia Scarcello. Secretária: Walkiria Pavan.

SERVIÇOS GRÁFICOS: Diretor Industrial: Fernando Rodrigues.
Coordenadora Gráfica: Josefa Alves Teixeira.

OPERAÇÕES
Diretor: Gregorio França.
Gerente: Thomy Perroni
Coordenador Geral: Jorge Burgatti

CIRCULAÇÃO
Assistentes: Fernando Ciocicchia, Leandro Boni e Cleiton Gonçalves – Operações Cajamar: Antonisio Furtado

LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO DE ASSINATURAS
Coordenadores Regionais: Eva Farias e Regina Maria. Estagiários: Germano Miguel e Gabriel Kimura

MARKETING
Gerente Geral: Patricia Augusto Corrêa – Coordenadora de Marketing Publicitário: Priscilla Zelice – Analista de Marketing: Ana Paula Santos – Assistentes: Julien Viapiana e Mariana Pontes
Diretora de arte: Karen Sumie – Redator: Arthur Perissinotto

ASSINATURAS
Diretor: Edgardo A. Zabala.
Gerente Geral de Vendas Pessoais: Wanderlei Quirino. Gerente Nacional de Promoções e Eventos: Jason A. Neto. Coordenadora de Relacionamento/Administrativo: Rosana Paal. Gerente Geral de TMKT e Atendimento: Anderson Lima. Gerente Geral de Negócios e Relacionamento: Flavio Cordeiro. Projetos Especiais: Patricia Santana. Criação Assinaturas: Diretor de arte: Cecil Rowlands Neto. Redator: Marco Aurélio Clemis. Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4565. De 2ª a 6ª feira das 08h00 às 18h00. Outras Capitais: 4002-7334 – Demais Localidades: 0800 7750098.

PUBLICIDADE
Diretor Nacional: José Bello Souza Francisco
Diretora de Publicidade: Ana Diniz. Secretária Diretoria Publicidade: Regina Oliveira. Gerentes Executivos de Publicidade: Batista Ribeiro Neto, Phelipe Pedroso e João Fernandes – Executiva de Publicidade: Claudia Laudissi – Assistente de Publicidade: Kiza Souza. Gerente de Coordenação: Alda Maria Reis. Coordenadores: Gilberto di Santo Filho e Rosemeri Matias Dias. BRASÍLIA/DF: Gerente: Marcelo Strutaldi. Fone: (61) 3321-1212/fax: (61) 3225-4062 – BELO HORIZONTE/MG: Célia Maria de Oliveira – 1ª Página Publicidade Ltda. – Fone/Fax: (31) 3291-6751. – CAMPINAS/SP: Eneida Cristina – Fone: (11) 4412-9685 – (11) 9942-7403 – PORTO ALEGRE/RS: Roberto Gianoni – RR Gianoni Comércio & Representações Ltda. – Fone/Fax: (51) 3388-7712 – CURITIBA/PR: Maria Marta Crisci – M2C Representações Publicitárias. – Fone/Fax: (41) 2230060 – FLORIANÓPOLIS/SC: Paulo Valioso. – Fone: (48) 3224-0044 – Cel: (48) 9969-3345 – RIO DE JANEIRO: Diretor de publicidade: Expedito Grossi. – Gerentes Executivos: Adriana Bouchardet, Arminda Barbosa e Silvia Maria Costa. Coordenadora de Publicidade: Dilse Dumar – Assistente de Publicidade: Edilson Trajano. Fones: (21) 2107-6667 Fax(21)2107-6669. – SALVADOR/BA: Ipojucã Cabral – Verbo Comunicação Empresarial & Marketing Ltda. – Fone/Fax: (71) 351-4561/Fax: (71)358.0478 – RECIFE/PE: Abérides Nicáas – Nova Representações Ltda. – Fone/Fax: (81) 3227-3433./ CONTATO: publicidade@editora3.com.br

DINHEIRO (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda. Redação e Administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo, SP CEP: 05067-900. Fone: (11) 3618-4200 – Fax da redação: (11)3618-4109. Sucursais: Rio de Janeiro: Av. Almirante Barroso nº 63, sala 1510, fones: (21) 240-5224/533-1444 e Fax (21)240-2925, Brasília: SCS, Quadra 2, Bl. D, Ed. Oscar Niemeyer, sala 201 a 208, Fone: (61) 321-1212 e Fax (61) 225-4062. DINHEIRO não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados. Comercialização: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, nº 1.212 – São Paulo – SP – e – Distribuição exclusiva em Bancas para todo o Brasil. Fernando Chiaglia Distribuidora S. A. Rua Teodoro da Silva, 907 – Rio de Janeiro – RJ – Tel: (21) 2195-3200, Fax (21) 21953307.

IMPRESSÃO: Editora Três Ltda. Rodovia Anhanguera, km 32,5 CEP 07750000 Cajamar – SP

ANER www.aner.org.br

IVC

" ELEIÇÕES 2008
FAX (11) 3618-4100 PARA EFEITOS DA LEGISLAÇÃO ELEITORAL"

Cartas

MELHORES DA DINHEIRO

Na oportunidade em que a Editora Três realiza a festa de entrega do prêmio AS MELHORES DA DINHEIRO 2008, levo minhas congratulações pela iniciativa de prestar valioso reconhecimento a empresas que dão a sua melhor contribuição para construir um Brasil forte, próspero, justo e soberano. Ao cumprimentá-los, transmito uma especial saudação aos agraciados, seguro de que esta honrosa distinção será um grande estímulo para o proeminente trabalho que realizam, pois a credibilidade da revista DINHEIRO e sua significativa participação no processo de desenvolvimento político, econômico, social e cultural do País engrandecem a distinção ora conferida.

JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA
Vice-presidente da República
Brasília – DF

Parabenizo a Editora Três pela iniciativa, bem como aos vencedores do Prêmio.

DEPUTADO ARLINDO CHINAGLIA
Presidente da Câmara dos Deputados
Brasília – DF

A homenagem é um importante reconhecimento ao empreendedorismo das empresas brasileiras que colabora para o desenvolvimento do País com responsabilidade e cidadania.

MARCELO DE CARVALHO MIRANDA
Governador de Tocantins
Palmas – TO

Recebam os cumprimentos pela iniciativa de valorizar as ações de responsabilidade das empresas brasileiras.

EDUARDO AZEREDO
Senador
Brasília – DF

Cumprimento-os pela iniciativa do tradicional evento e transmito aos agraciados minhas felicitações.

MARCO MACIEL
Senador
Brasília – DF

Congratulo-me com a Editora Três por esta significativa edição para o mercado econômico-financeiro.

LUIZIANNE DE OLIVEIRA LINS
Prefeita de Fortaleza – CE

Parabenizo-os pela iniciativa da revista DINHEIRO.

JOÃO PAULO LIMA E SILVA
Prefeito do Recife – PE

Parabenizo todos os premiados.

EDUARDO E. GOUVÊA VIEIRA
Presidente da Firjan
Rio de Janeiro – RJ

Parabéns pelo Prêmio "AS MELHORES DA DINHEIRO 2008". Uma iniciativa importante e de grande estímulo para todas as empresas, ONGs e empresários do nosso país.

MILÚ VILLELA
Presidente do Museu de Arte Moderna – MAM
São Paulo – SP

Enviaram cumprimentos:

MARCO AURÉLIO DE MELLO
Ministro do STF
Brasília – DF

CID FERREIRA GOMES
Governador do Ceará
Fortaleza – CE

LUIZ HENRIQUE DA SILVEIRA
Governador de Santa Catarina
Florianópolis – SC

CÁSSIO CUNHA LIMA
Governador da Paraíba
João Pessoa – PB

LUIZ SOARES DULCI
Ministro-chefe da Secretaria Geral da Presidência da República
Brasília – DF

GERSON CAMATA
Senador
Brasília – DF

ROSEANA SARNEY
Senadora
Brasília – DF

JOSÉ AGRIPINO MAIA
Senador
Brasília – DF

TIÃO VIANA
Senador
Brasília – DF

CARLOS EDUARDO NUNES ALVES
Prefeito de Natal – RN

ARNO AUGUSTO AUGUSTIN FILHO
Secretário do Tesouro Nacional
Brasília – DF

ARMANDO MONTEIRO NETO
Presidente da CNI
Brasília – DF

ANTONIO CARLOS VALENTE
Presidente do Grupo Telefônica
São Paulo – SP

LUIZ PAULO CONDE
Diretor-presidente da Furnas Centrais Elétricas
Rio de Janeiro – RJ

DJALMA BASTOS DE MORAIS
Presidente da Cemig Distribuição
Belo Horizonte - MG

JOSÉ DIRCEU
São Paulo – SP

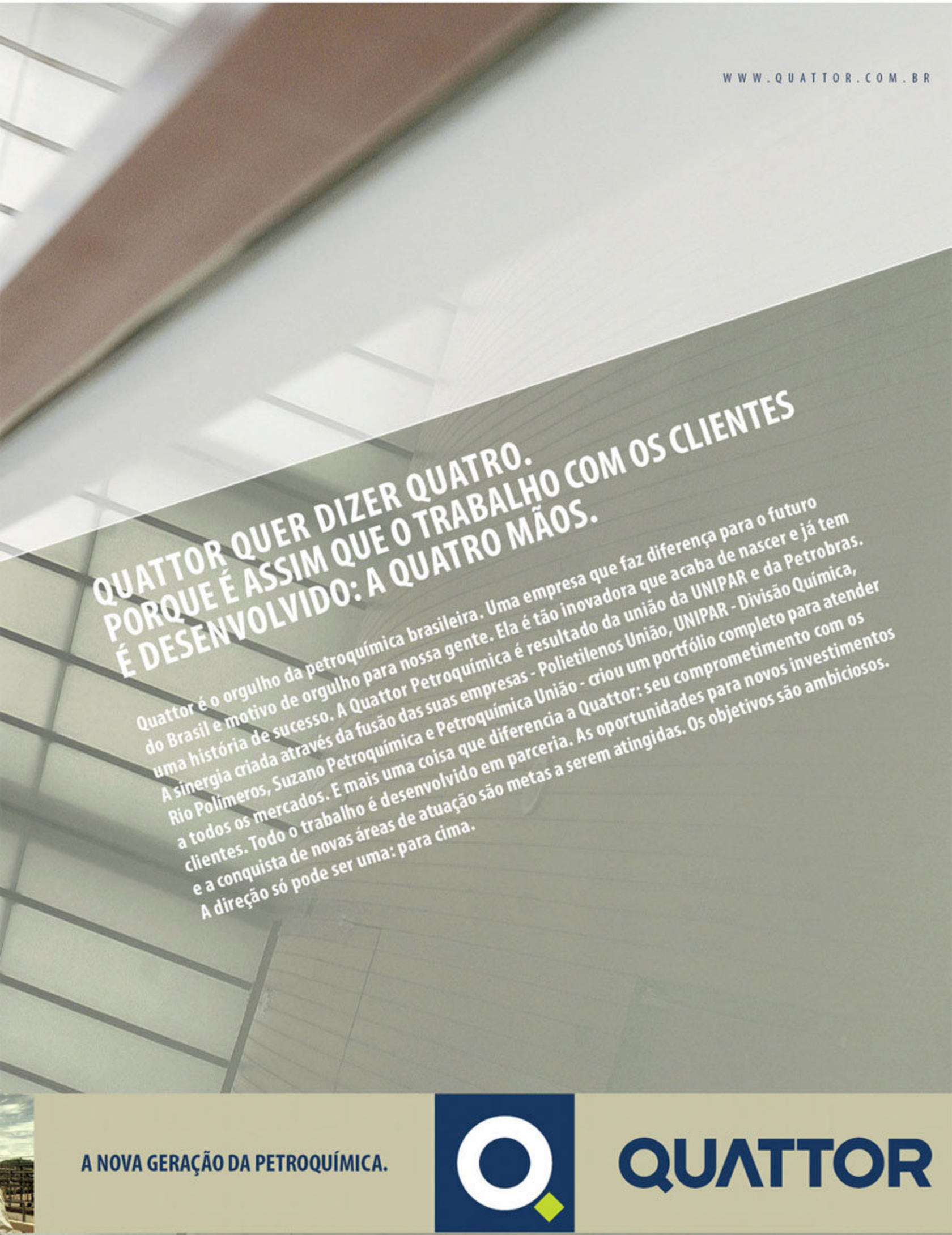
Cor Areias do Brasil. Nenhuma outra impressora preserva tão bem as variedades e os meios-tons de nossa terra.
Xerox Color. A diferença para seus negócios.

A arte popular brasileira produz peças com efeitos impressionantes a partir de um minucioso trabalho manual. Para reproduzir esses efeitos nas fotos e nos documentos de sua empresa, você conta com a precisão dos equipamentos Xerox, com uma vantagem extra: cada impressão sai exatamente igual à outra, em todos os seus tons e meios-tons.

BRASIL O PAÍS DA COR http://compras.xerox.com.br 0800 979 1234

xerox

© 2008 XEROX CORPORATION. Todos os direitos são reservados. XEROX®, a esfera do design de conectividade (nome do produto + slogan) são todas marcas da XEROX CORPORATION nos Estados Unidos e/ou em outros países.


WWW.QUATTOR.COM.BR
QUATTOR QUER DIZER QUATRO.
PORQUE É ASSIM QUE O TRABALHO COM OS CLIENTES
É DESENVOLVIDO: A QUATRO MÃOS.
Quattor é o orgulho da petroquímica brasileira. Uma empresa que faz diferença para o futuro
do Brasil e motivo de orgulho para nossa gente. Ela é tão inovadora que acaba de nascer e já tem
uma história de sucesso. A Quattor Petroquímica é resultado da união da UNIPAR e da Petrobras.
A sinergia criada através da fusão das suas empresas - Polietilenos União, UNIPAR - Divisão Química,
Rio Polímeros, Suzano Petroquímica e Petroquímica União - criou um portfólio completo para atender
a todos os mercados. E mais uma coisa que diferencia a Quattor: seu comprometimento com os
clientes. Todo o trabalho é desenvolvido em parceria. As oportunidades para novos investimentos
e a conquista de novas áreas de atuação são metas a serem atingidas. Os objetivos são ambiciosos.
A direção só pode ser uma: para cima.
A NOVA GERAÇÃO DA PETROQUÍMICA.
QUATTOR

RICARDO FASANALO/AG. ISTOÉ

O jogo de Gabrielli

À frente de uma Petrobras que bate recordes de lucro e de reservas, o presidente Sérgio Gabrielli tenta conter a cobiça que parte até do governo

Por Denize Bacoccina

NO MUNDO DO PETRÓLEO, POUCAS EMPRESAS se tornaram tão atrativas quanto a Petrobras. Carro-chefe da Bolsa de Valores brasileira, dona de reservas bilionárias e de um lucro recorde de R$ 15,7 bilhões no primeiro semestre deste ano, ela vive um momento extraordinário. Nesse cenário, seria natural imaginar que seu presidente, José Sérgio Gabrielli, fosse uma das figuras mais fortes e festejadas do governo. Na seleção de Lula, seria o novo "craque do time". Afinal, é das mãos dele que sairão os maiores investimentos do PAC. "Serão US$ 112 bilhões nos próximos anos, mas o nosso plano já está sendo revisado", disse Gabrielli à DINHEIRO *(leia sua entrevista exclusiva à página 38)*. A força dos números talvez explique também as dificuldades de Gabrielli. Depois das descobertas dos campos de Tupi e Carioca, que agregaram reservas bilionárias à Petrobras, a empresa se

tornou alvo preferencial da cobiça do governo. A tal ponto que o próprio presidente Lula entrou no jogo. **"Precisamos mexer na Lei do Petróleo", afirmou o presidente, na inauguração da nova sede da União Nacional dos Estudantes, no Rio de Janeiro.** "O patrimônio é dos 190 milhões de brasileiros e não vamos deixar na mão de meia dúzia de empresas que acham que o petróleo é delas."

A empresa irá comprar 40 plataformas. Cada uma por US$ 800 mi

Lula não chegou a dizer "o petróleo é nosso", como fez Getúlio Vargas na campanha que redundou na criação da estatal, mas seu recado tinha endereço certo: a própria Petrobras. Em Brasília, prospera a idéia de se lançar uma nova estatal para administrar as reservas e que já vem sendo chamada de "Petro-Sal". O projeto tem o aval do presidente e o apoio dos dois ministros mais ligados à área energética: Edison Lobão e Dilma Rousseff. Diante desse cenário, Gabrielli tem exercido com vigor a delicada tarefa de fazer prevalecer os interesses da empresa em meio aos discursos estatizantes. Ele age em defesa da companhia e de mais de um milhão de acionistas. Muitos compraram papéis de olho justamente nas reservas descobertas no pré-sal, acreditando que a empresa seria a gestora dessa riqueza. Outros compraram ainda antes, quando a lucratividade não era tão elevada e o capital privado – inclusive estrangeiro – não era visto com desdém pelo governo. Ao defender a nova estatal, o presidente Lula chegou até a dizer, em conversas reservadas, que metade dos acionistas privados da Petrobras são "americanos".

Isso ajuda a entender por que, nas últimas semanas, as ações preferenciais da Petrobras derreteram. A empresa perdeu US$ 97,5 bilhões em valor de mercado entre 20 de maio e a semana passada. Jeitoso, Gabrielli atribui a perda não à situação particular da empresa, mas do mercado financeiro como um todo. Mas os acionistas estão nervosos. **O investidor Luiz Fernando Lopes Filho, que preside a Apimec, uma associação do mercado de capitais, já anunciou que pretende propor um recurso no Supremo Tribunal Federal contra a "Petro-Sal".** Gabrielli, por sua vez, atua como pacificador. Diz que a Petrobras é e continuará a ser uma das empresas mais rentáveis do mundo. E minimiza a questão do novo marco regulatório. Ele lembra que, mesmo se houver uma mudança na Lei do Petróleo para acabar com o atual sistema de concessões, a empresa já tem o direito de explorar o campo de Tupi, com reservas estimadas entre cinco e oito bilhões de barris. "Só isso já é mais da metade das reservas atuais, de 14 bilhões", diz ele.

A previsão é conservadora, mas já se fala que todo o pré-sal pode ter até 80 bilhões de barris. Com os campos descobertos, a reposição de reservas da Petrobras é a maior do mundo. Isso aumenta as perspectivas futuras da empresa, mesmo num cenário de mudança no marco regulatório. O investidor Ken Heebner, eleito pela revista *Fortune* como o melhor gestor de fundos dos Estados Unidos, já se declarou "louco pela Petrobras". Disse que a empresa será a mais valiosa do mundo em alguns

ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

LOBÃO: *ministro de Minas e Energia foi o primeiro a defender a idéia de uma estatal para o pré-sal e convenceu Lula*

anos por causa da boa gestão, reposição de reservas e desenvolvimento tecnológico.

No tocante à gestão, Gabrielli está liderando um processo de mudanças internas que pode mudar a cara da Petrobras. **Para os próximos anos, estão previstas quatro novas refinarias e uma nova unidade no Rio Grande do Norte, que devem dar um novo perfil para a produção brasileira, com o aumento da produção de diesel, GLP e nafta.** A idéia é aumentar a exportação de derivados, com maior valor agregado, em vez de exportar óleo cru. A empresa também decidiu aproveitar as novas reservas descobertas no Brasil e aumentar os investimentos no País, em vez de buscar oportunidades no Exterior – a proporção atual, de 85% dos investimento no Brasil e 15% fora, deve ser alterada. "Os projetos brasileiros se tornaram mais atraentes", disse Gabrielli. A empresa também está preparando o futuro, com investimentos em três novas plantas de biodiesel. O problema é que, incomodados com a queda das ações, analistas e investidores parecem estar preocupados apenas com a questão do marco regulatório. "O risco é o Brasil criar um modelo tão rígido que desestimule os investimentos no pré-sal", disse à DINHEIRO Alexandre Szklo, professor de Planejamento Estratégico da Coppe, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Depois da declaração do presidente Lula na UNE, ministros que até então evitavam comentar o assunto em público se sentiram mais à vontade. No dia seguinte, Dilma Rousseff disse que o País não será afetado pela "maldição do petróleo" e que saberá usar a riqueza do pré-sal "em benefício de todos os brasileiros". O ministro de Minas e Energia, Edison Lobão, já defendia a mudança do modelo e agora ficou mais fortalecido. "Estamos trabalhando para que o povo colha os frutos dessa riqueza", disse à DINHEIRO. A defesa da Petrobras veio da oposição. "A Petrobras tem que continuar no centro das decisões", afirmou o senador Sérgio Guerra (PSDB-PE). Mas há propostas mais radicais a favor da Petrobras. A Associação dos Engenheiros da Petrobras, Aepet, defende que o petróleo deve ficar nas mãos do Estado e da Petrobras ao mesmo tempo. Como? Com um retorno ao antigo status estatal da empresa. "O governo pode comprar ações privadas no mercado ou exercer sua influência na gestão da empresa e reduzir o pagamento dos dividendos", diz o diretor da Aepet, Roberto Coelho.

ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

DILMA: *ministra propõe um modelo semelhante ao da Noruega, em que uma estatal administra as reservas*

O modelo mais citado, por governo e especialistas, é o da Noruega. O país já tinha uma empresa exploradora, a Stateoil, que, exatamente como a Petrobras, era inicialmente estatal e depois se tornou mista, com ações na Bolsa. Nos anos 80, o governo decidiu criar a Petoro, para administrar uma parte das reservas, com o rendimento destinado a um Fundo Soberano. No caso brasileiro, a idéia de investir num fundo para problemas específicos parece estar ganhando força. No discurso em que defendeu mudanças na lei, o presidente Lula disse que os recursos deveriam ser investidos em educação. Mas

O PESO DA GIGANTE PETROBRAS

R$ 15,7 BILHÕES	2,4 MILHÕES DE BARRIS/DIA	22,1 BILHÕES DE BARRIS	US$ 112,4 BILHÕES	4,1 MILHÕES DE BARRIS/DIA	R$ 332,2 BILHÕES	-24,7%
LUCRO O RESULTADO NO PRIMEIRO SEMESTRE A COLOCOU ENTRE AS MAIS LUCRATIVAS DO MUNDO	**PRODUÇÃO** O NÍVEL DE EXTRAÇÃO DE ÓLEO E GÁS JÁ GARANTE A AUTO-SUFICIÊNCIA ENERGÉTICA DO PAÍS	**RESERVA** INCLUINDO OS CAMPOS DE TUPI E CARIOCA, A PETROBRAS FOI A EMPRESA QUE MAIS REPÔS RESERVAS	**INVESTIMENTO** ESSA É A META PARA APLICAÇÃO DE RECURSOS EM EXPLORAÇÃO ATÉ 2012	**A META** ESTE É O NÍVEL PROJETADO DE PRODUÇÃO DE ÓLEO E GÁS NO BRASIL PARA 2015	**EM BOLSA** ESTE ERA O VALOR DE MERCADO DA COMPANHIA NO FECHAMENTO DA BOLSA NO DIA 8 DE AGOSTO	**QUEDA** AS AÇÕES DA EMPRESA RECUARAM DESDE O INÍCIO DO ANO COM AS INDEFINIÇÕES DO PRÉ-SAL

há riscos na onda estatizante do governo. A empresa norueguesa tem apenas 60 funcionários. Aqui, teme-se a criação de mais um cabide de empregos. O senador Aloizio Mercadante garante que não e defende uma empresa enxuta para administrar as reservas, com a aplicação dos recursos num Fundo Soberano

Além do risco político, a Petrobras tem outro desafio pela frente: a alta do preço do petróleo aumentou os investimentos no setor e aqueceu a demanda por mão-de-obra e equipamentos para exploração. "No curto prazo, não tem mão-de-obra nem sondas suficientes", diz Szklo, da Coppe. Ele lembra que a Petrobras teve que deslocar uma plataforma em operação no Golfo do México para aprofundar os estudos na Bacia de Santos. Isso aumentou o custo de produção. "O petróleo que está sendo descoberto é mais difícil de ser extraído e estamos entrando numa situação em que o barril novo a ser produzido é mais caro do que o barril utilizado", diz Gabrielli. **A decisão do governo de preferir empresas nacionais no fornecimento de plataformas e embarcações também aqueceu o mercado nacional.** Grandes empreiteiras como Odebrecht, Camargo Corrêa e Queiroz Galvão já estão investindo no setor. Serão cerca de 40 navios-plataforma nos próximos anos, cada um custando em torno de US$ 800 milhões.

Demanda da estatal irá abrir vários estaleiros no País

Na solenidade de lançamento da política industrial, em maio, o presidente Lula definiu como vê o papel da Petrobras hoje no País. "Eu penso que vai ter algum momento na história do Brasil que vai ter eleição direta para presidente da Petrobras e ele indicará o presidente da República, tal é a capacidade de investimento", disse o presidente ao comentar os investimentos anunciados por Gabrielli. Parecia brincadeira. Mas, a julgar pela briga pela reserva do pré-sal, foi justamente a consciência desse poder que detonou a cobiça dos outros setores do governo.

"AINDA TEM MUITO PETRÓLEO"

Em entrevista exclusiva à DINHEIRO, Gabrielli lembra que a empresa detém reservas de até oito bilhões de barris no pré-sal

Há uma polêmica no governo sobre a exploração das reservas do pré-sal. Qual é a posição da Petrobras?
Existe uma lei, que é a de concessões. Ela permitiu que empresas assumissem direitos. A discussão que ocorre agora é sobre as áreas ainda não concedidas.

Que são a grande maioria.
As áreas concedidas já têm grandes descobertas. A alta das ações da Petrobras de um ano para cá foi muito em função das áreas já descobertas.

Havia também expectativa de que houvesse uma área muito maior e as ações caíram recentemente. Era uma expectativa exagerada do mercado?
Não, não é isso. O que a Petrobras anunciou é que há descobertas em vários campos, em sociedade com outras empresas, e essas áreas indicam volumes significativos de petróleo recuperável. A Petrobras tem dois poços perfurados na área de Tupi. Por isso, ela pode afirmar que tem um volume de óleo recuperável entre cinco bilhões e oito bilhões de barris, que pode ser hoje mais da metade da reserva da Petrobras, em torno de 14 bilhões de barris. Além de Tupi, ela anunciou descobertas em outros campos. Não anunciamos a quantidade, mas sabemos que tem e tem muito.

MODELO: Gabrielli defende a atual lei de concessões

Mas e a queda das ações?
Evidentemente a queda das ações da Petrobras é decorrência de o petróleo ter caído US$ 20 em uma semana.

Quais são os investimentos para os próximos anos?
Temos um plano de investimento até 2012 de US$ 112,7 bilhões. Este plano está em revisão. Vamos divulgar em setembro, outubro. Nossas metas são aumentar a produção dos atuais 2,3 milhões de barris para 3,2 milhões em 2012 e para 4,1 milhões em 2015. Vamos aumentar também a capacidade de refino. A última refinaria construída no Brasil foi em 1980.

Os investimentos ficarão no Brasil?
Hoje nós temos 15% dos investimentos fora e 85% no Brasil. Dadas as oportunidades de crescimento da produção, nós vamos concentrar sim um pouco mais os investimentos no Brasil.

E os custos exploratórios no pré-sal?
Este é um problema grave. A indústria no mundo todo está enfrentando um aumento de custo generalizado. Um exemplo: em 2005, uma perfuração de dois mil metros de profundidade tinha custo abaixo de US$ 100 mil por dia e hoje está acima de US$ 500 mil.

Já está decidido que a exportação do pré-sal será apenas de derivados?
Diante da realidade que nós temos hoje, de produzir a partir do pré-sal em grandes volumes, fizemos esta opção de adicionar valor e avançar no refino no País e exportar o derivado em vez de exportar o petróleo cru.

E quando vai ser decidido o marco jurídico do pré-sal?
O marco jurídico é objeto de análise de um grupo que foi criado pelo presidente com a meta de em 60 dias elaborar um projeto e entregar ao presidente da república.

Houve mudanças de gestão nas últimas semanas, transferência da área de pagamentos para Salvador. Há outras mudanças de gestão previstas?
A mudança do centro de operações financeiras para Salvador foi baseada na decisão de concentrar essas atividades num só local para reduzir custos e, entre os locais possíveis, Salvador foi escolhida pelos funcionários envolvidos.

Daniel Barbará - (11) 3047-4865
dbarbara@eugenio.com.br

• 265 profissionais • 100% dedicados ao varejo
• escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador e Porto Alegre.

Grupo Eugenio

Um retrato PREMATURO

ASSINATURA DO CONTRATO PARA CONSTRUÇÃO DA SEGUNDA USINA DO RIO MADEIRA NÃO ELIMINA OS RISCOS DE UM LONGO E ONEROSO EMBATE JUDICIAL NO SETOR ELÉTRICO

RICARDO STUCKERT/PR

LEONARDO ATTUCH

A JULGAR PELA IMAGEM acima, o impasse em torno das hidrelétricas do rio Madeira já teria sido superado. Na foto, Victor Paranhos, presidente da empresa Enersus, que reúne os grupos Suez e Camargo Corrêa, senta ao lado do presidente Lula e de outros três ministros: Dilma Rousseff, Edison Lobão e Paulo Bernardo. Atrás dele, representantes do consórcio. A cena, ocorrida no Palácio do Planalto na terça-feira 12, na assinatura do contrato da usina de Jirau, parece captar um momento para a posteridade. Afinal, Jirau é um negócio de mais de R$ 10 bilhões, vital para que o Brasil comece a explorar os recursos hídricos da Amazônia – o outro grande projeto do Madeira, de Santo Antônio, foi vencido pelo consórcio liderado pelas empresas Odebrecht e Furnas. O problema é que, agora, a Enersus pretende alterar a localização da usina. Em vez de construí-la em Jirau, como previa o edital de licitação, o consórcio quer erguê-la numa cachoeira chamada Ilha do Padre, a cerca de 12 quilômetros de distância. "A mudança é legal e permitirá uma redução de custos de quase R$ 2 bilhões", disse Paranhos à DINHEIRO. Ele argumenta que haverá menos escavações, menos sedimentação e um menor impacto

Economia

PARANHOS (SENTADO, À ESQ.) DIZ QUE SEU PROJETO REDUZ CUSTO EM R$ 1,9 BILHÃO, MAS CONTRARIA EDITAL DA OBRA

ambiental. "Essas alterações são tão corriqueiras que a própria Odebrecht mudou a localização do seu projeto de Santo Antônio."

Antes da assinatura do contrato, essa disputa entre os dois consórcios atingiu a escala máxima. **Um dossiê, com informações restritas da Enersus, foi levado ao Ibama e à Agência Nacional de Energia Elétrica apontando a inviabilidade do projeto, o que levou Paranhos a acusar a Odebrecht de "espionagem industrial"** no jornal *Valor Econômico*. A construtora reagiu e o interpelou judicialmente para que confirme ou não as acusações. "O fato é que algumas informações sigilosas do nosso consórcio vazaram e isso pode ter sido criminoso", diz Paranhos. A Odebrecht, no entanto, preferiu não entrar no bate-boca. Fontes próximas à construtora dizem que as informações apresentadas ao Ibama e à Aneel são públicas e que a alteração pretendida pela Enersus contraria a lei de licitações. A empresa só desistirá da briga se o grupo liderado pela Suez decidir construir a usina em Jirau, conforme determina o edital.

A intensidade da disputa já preocupa as autoridades. Juntas, as usinas de Santo Antônio e Jirau podem gerar 6,5 mil megawatts e são importantes para que o Brasil se livre de um futuro apagão. Por isso, o ministro Lobão disse esperar que as empresas se entendam. Neste ponto, porém, há uma inversão de valores. Ao governo, cumpre regular o setor elétrico, fixar as regras dos leilões e zelar para que as mesmas sejam cumpridas. Afinal, é ele o árbitro do jogo. Se alguma parte se sentir lesada, não há nada de errado em recorrer à Justiça. Estranho seria se o governo simplesmente lavasse as mãos, saísse de campo e sugerisse que dois concorrentes se acertassem numa licitação. Além do precedente perigoso, ficaria a impressão de um acordo de cavalheiros, sem a transparência necessária.

O desabafo de DANTAS

BANQUEIRO ATACA A ABIN E SUGERE QUE A PF "ARMOU" SUA PRISÃO PARA MINAR A SUPERTELE

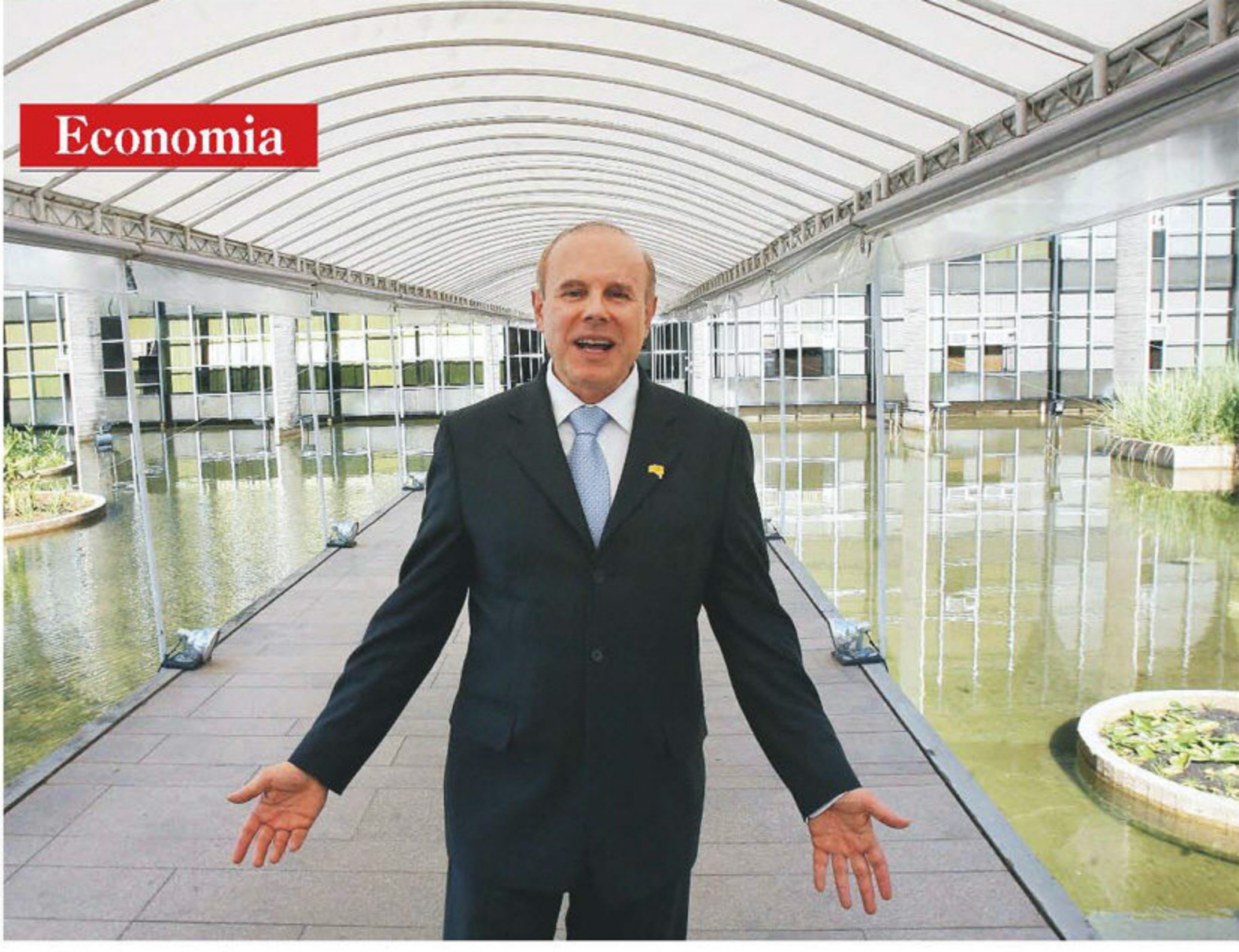
O BANQUEIRO DANIEL Dantas, do Opportunity, chegou à CPI dos Grampos, na quarta-feira 13, com um habeas-corpus que lhe dava o direito de se calar. Apesar disso, Dantas falou pelos cotovelos e apresentou sua versão para a Operação Satiagraha, que o levou à prisão, acusado de tentar comprar um delegado. Dantas se disse vítima de uma vendetta do chefe da Agência Brasileira de Inteligência, Paulo Lacerda, que queria há tempos lhe colocar um "par de algemas". Tudo porque Dantas quer trazer para o Brasil dados de um inquérito italiano que comprovaria que a Telecom Italia teve apoio da Polícia Federal (na gestão Lacerda) numa guerra comercial. O objetivo seria expulsá-lo do comando da Brasil Telecom. A investigação italiana, que levou mais de 20 pessoas à prisão em Roma e Milão, aponta indícios de propinas distribuídas no Brasil e revela que o CD do caso Kroll, objeto da primeira ação da PF contra Dantas, foi produzido pela própria Telecom Italia, parte interessada.

O dono do Opportunity também afirmou que o delegado Protógenes Queiroz, responsável pela Satiagraha, pretendia investigar o filho do presidente Lula, Fábio Luís Lula da Silva, cuja empresa, a Gamecorp, recebeu R$ 10 milhões da Oi. O objetivo seria impedir a criação da "supertele" nacional, que será controlada pelos grupos La Fonte e Andrade Gutierrez. Este projeto conta com apoio explícito do governo federal, mas vem sendo sabotado pelos fundos de pensão.

Na quinta-feira 14, Dantas esteve frente a frente com o juiz Fausto Martin De Sanctis, que decretou sua prisão, mas se calou. No mesmo dia, o professor Hugo Chicaroni, apontado pela PF como representante do Opportunity para negociar favores com o delegado, sinalizou que mudaria sua versão. Em vez de acusar Dantas de oferecer a propina, Chicaroni passou a dizer que foi Protógenes quem pediu o dinheiro. Seu advogado, Alberto Carlos Dias, disse que o professor só não disse isso antes para "zelar por seu amigo, o delegado Protógenes".

DANTAS, NA CPI DO GRAMPO: *banqueiro disse que o delegado Protógenes lhe sugeriu que investigaria até o filho de Lula*

ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ



ALAN MARQUES/FOLHA IMAGEM

E a sua parte, MANTEGA?

Ministro da Fazenda relança o fogo amigo contra o Banco Central, mas poderia estar fazendo bem mais no campo fiscal

ADRIANA NICACIO

DEPOIS DE UMA TRÉGUA, o fogo amigo voltou a ser sentido em Brasília. Ele parte do Ministério da Fazenda e tem endereço: o Banco Central. Assim como disputaram as causas da inflação – se era de demanda ou pela alta mundial dos alimentos – e qual seria a arma mais adequada para combatê-la, agora o ministro Guido Mantega e Henrique Meirelles disputam a paternidade da queda dos preços: se foi por causa da elevação dos juros ou pelo recuo dos preços internacionais das commodities. "O processo de alta das commodities está sendo revertido", disse Mantega ao comentar o primeiro recuo no índice do custo de vida desde que o governo começou a se preocupar de verdade com o assunto. Uma alfinetada na política de Meirelles para deixar claro que a Fazenda considera desnecessárias as seguidas altas da Selic. Meirelles diz que o BC

cumpre sua função e rebate: "Maior aperto fiscal é bem-vindo para combater a inflação". **Nessa briga, o que fica cada vez mais flagrante é a falta de sintonia entre as políticas monetária e fiscal.** Na avaliação de economistas ouvidos por DINHEIRO, o BC não teria que ser tão agressivo em sua política de juros, se o restante do governo fizesse a sua parte.

O economista Armínio Fraga, sócio da Gávea Investimentos, diz que o governo precisa consolidar com urgência as políticas de responsabilidade fiscal e controlar o aumento do gasto público. "Não há BC que consiga entregar o que se pretende sem apoio fiscal", diz. O economista sênior da agência de risco Austing Rating, Nelson Carneiro, diz que falta sincronismo. "Temos um Estado gastador. A política fiscal não é restritiva e o superávit primário tem uma qualidade péssima."

FALTA DE SINTONIA NA ÁREA ECONÔMICA PODE LEGAR UMA NOVA CRISE ÀS CONTAS EXTERNAS

Em vez de aproveitar os ganhos de arrecadação para reduzir a dívida pública, o governo acaba centrando toda responsabilidade na política de juros e cria um risco adicional. As contas externas, que garantiram que o Brasil passasse ao largo da turbulência internacional, já dão sinais de fragilidade. A alta dos juros acaba atraindo mais dólares para o País, o que valoriza o real, estimula as importações e desestimula ou remunera menos as exportações. Os preços das commodities agrícolas e minerais, que garantiram a entrada de bilhões de dólares e um robusto superávit comercial nos anos anteriores, já estão em queda lá fora. A previsão do mercado é de um superávit de US$ 23 bilhões para este ano e de US$ 15 bilhões para 2009. Na prática, o governo está usando de novo uma âncora cambial para controlar a inflação. Ela não é tão explícita, como no regime de câmbio fixo do início do real, mas embute os mesmos riscos. E Meirelles, sem o apoio da Fazenda, não pode ser culpado.

ROBERTO ASSUNÇÃO

Nota fiscal, o plano B

Baixa adesão ao programa de combate à sonegação leva o governo paulista a tentar uma segunda chance

HUGO CILO

ASSIM QUE FOI LANÇADA, há pouco mais de dez meses, a "Nota Fiscal Paulista" pareceu uma daquelas idéias simples e brilhantes. O programa transformaria cidadãos em fiscais anti-sonegação, criando um estímulo banal. A cada nota exigida, o consumidor ganharia um crédito a ser descontado de seus próprios impostos. Seria a solução ideal para um Estado incapaz de vigiar, com menos de mil agentes, os passos de 900 mil empresas. Mas com somente 1,8 milhão de cadastros num universo de 48 milhões de pessoas, a baixa adesão quase enterrou o projeto. Especialmente porque muitos que se cadastraram na internet se surpreenderam com o baixo valor do crédito. Isso obrigou a Secretaria de Fazenda a reformular a idéia e colocar em prática um plano B. "O crédito será maior", garante Newton Oller de Mello, diretor-adjunto de fiscalização da secretaria.

BÔNUS MAIOR: OLLER DE MELLO ESPERA AMPLIAR A PARTICIPAÇÃO

A nova fórmula é bem menos complexa. Agora, o prêmio será calculado sobre o total pago em ICMS na compra – e não mais proporcionalmente ao faturamento de cada estabelecimento. Antes, se uma loja recolhesse R$ 10 mil em ICMS e realizasse mil operações de venda, das quais apenas 100 com notas incluindo o CPF, os R$ 3 mil em bônus (30%) eram divididos por mil clientes – o que gerava R$ 3 em crédito para cada consumidor. Como 900 não haviam pedido a nota, o dinheiro se mantinha no cofre do Estado. Com o novo método, os mesmos R$ 3 mil serão distribuídos apenas aos 100 clientes que pediram o cupom, o que daria R$ 30 a cada contribuinte.

Além da mudança matemática, o governo paulista lançou uma ofensiva publicitária para esclarecer os benefícios do programa a clientes e empresas. Segundo Oller de Mello, é preciso quebrar a "resistência". "Alguns têm receio porque temem a fiscalização da Receita, mas as informações não se misturam. Somos Estado; eles, União." Desde o início do programa, R$ 48 milhões em crédito já foram distribuídos, mas isso é ainda uma gota no oceano de um governo que arrecadou mais de R$ 35 bilhões neste ano.

AP PHOTO/ALEXANDER ZEMLIANICHENKO

REUTERS

A Guerra Fria

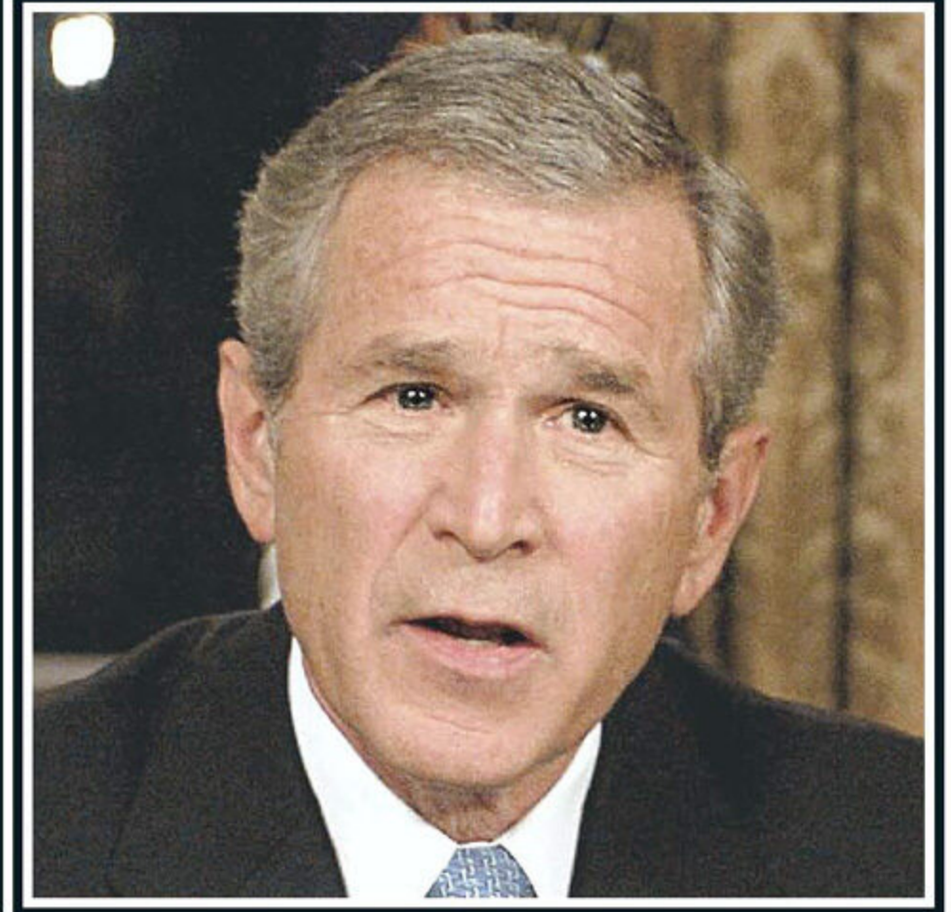
Conflito na Geórgia, movido por petróleo, expõe a força militar

GUSTAVO GANTOIS

DEZESSETE ANOS APÓS A QUEDA DA União Soviética, o mundo voltou a ver uma demonstração do poderio militar da terra dos czares. A seqüência de bombardeios que destruiu Tbilisi, capital da Geórgia, desde a quinta-feira 7, mostra que a Rússia decidiu retomar sua faceta de potência mundial, abalada desde os tempos de Boris Yeltsin. Em uma estratégia moldada pelo ex-presidente Vladmir Putin, o Kremlin aproveitou o conflito gerado pelo nacionalismo do presidente georgiano Mikhail Saakachvili para alcançar dois objetivos de uma só vez: mostrou que ainda é a voz preponderante na região do Cáucaso e também assegurou a dependência européia do petróleo e gás que passam pelos territórios dominados pelo antigo Exército Vermelho. Em menos de três dias de confronto, mais de dois mil civis morreram na região separatista da Ossétia do Sul. "A Rússia quer voltar a exibir os músculos que teve no passado", disse à DINHEIRO Edward Lucas, autor do livro *The New Cold War (A Nova Guerra Fria)*, sobre o recrudescimento do império russo sob as mãos de Putin. "Com os Estados Unidos em crise, os russos aproveitam a situação para voltar ao topo."

Economia

A raiz do conflito na Geórgia está ligada às relações entre o presidente Saakachvili e os Estados Unidos. Desde a Revolução das Rosas, em 2003, os americanos se tornaram mais próximos, dando assistência financeira e fazendo investimentos importantes no país. Saakachvili estudou nos Estados Unidos e foi o primeiro presidente de uma ex-república soviética a receber um líder americano. A ambição americana chegou ao campo militar com a intenção de construir bases antimísseis na República Tcheca, na Polônia e na Geórgia. Foi essa ligação que, aos



AP

a está de volta

da nova Rússia e as limitações do poder norte-americano

olhos de Saakachvili, o habilitava a enfrentar os separatistas da Ossétia. Ledo engano. "Os georgianos só fizeram isso porque tiveram o sentimento de serem apoiados por uma força maior", escreveu o ex-presidente soviético Mikhail Gorbatchev no *The Washington Post*. Em um pronunciamento feito após o rompimento do cessar-fogo acordado com a União Européia, George W. Bush exortou os russos a recuar. A resposta veio dura e ao estilo soviético, evidenciando, novamente, o fracasso da política externa de Bush.

DESTRUIÇÃO E ANIMOSIDADE: *conflito no Cáucaso deixou mais de 40 mil refugiados e causou a morte de dois mil civis. Nessa escalada de violência, o presidente russo Medvedev (à esq.) desafiou Bush (à dir.)*

Também desta vez, o conflito tem suas raízes na questão energética A Geórgia não possui sequer um poço de petróleo. Mas as companhias de energia ocidentais apostaram no país pró-ocidental, situado entre o Irã e a Rússia, para instalar uma rede de dutos que garantissem uma alternativa à dependência do Oriente Médio. São 1.768 km de tubulações ligando as reservas do Azerbaijão ao porto turco de Ceyhan, no Mar Mediterrâneo, que despejam 1,2 milhão de barris de petróleo por dia nos terminais, de onde é embarcado com destino ao Ocidente. A British Petroleum possui 30% desta infra-estrutura, cuja construção custou US$ 3 bilhões, ao lado de dez outros parceiros, entre eles os grupos americanos Chevron e ConocoPhillips. Garantir o transporte é vital tanto para a União Européia, que depende do combustível, quanto para os EUA, que investiram rios de dinheiro por ali. Mais ainda para a Rússia, que busca legitimar sua volta ao primeiro time de potências. S

www.petrobras.com.br

Você tem ouvido muitas coisas sobre a Petrobras nos últimos tempos. Mas agora você vai saber pela própria Petrobras.

Bem-vindo a uma nova era.

PETROBRAS

O DESAFIO É A NOSSA ENERGIA

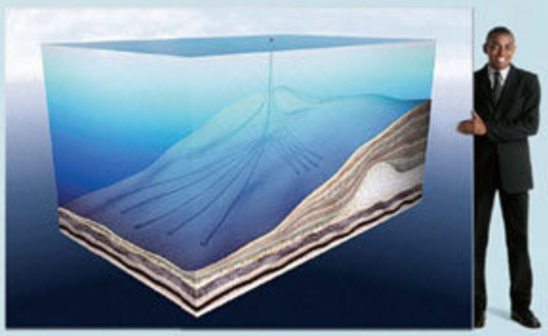
Ministério de Minas e Energia

BRASIL UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

F/NAZCA S&S

A camada pré-sal.

A recente descoberta de uma acumulação gigante de óleo e gás no litoral do Sudeste inaugura uma nova era na história do petróleo no Brasil. Os volumes recuperáveis na área de Tupi estão estimados entre 5 e 8 bilhões de barris de óleo equivalente (petróleo e gás associado) e representam um potencial de crescimento significativo para as nossas reservas atuais. É uma grande conquista na exploração de petróleo e gás. Conquista que, somada a outras, confirma o otimismo cada vez maior com os nossos resultados.



Uma nova era de descobertas.

Para enfrentar os desafios dessa nova era, a Petrobras vai usar toda a sua tecnologia de empresa líder na exploração e produção em águas profundas. Até o final do ano, a Petrobras inicia, em caráter experimental, as suas operações na área do pré-sal.

Investimento e crescimento.

A estrutura marítima e fluvial da empresa também vai aumentar, com a compra de novos navios de apoio, sondas de perfuração e plataformas. O último trecho do Gasoduto Sudeste-Nordeste já está em construção, com uma rede que vai interligar e melhorar o fornecimento de energia no país. E as pesquisas em torno de biocombustíveis e fontes alternativas já são uma realidade, com três novas usinas de biodiesel.

Estamos prontos.

Vamos escrever mais um capítulo de sucesso na história do Brasil. Um capítulo onde teremos ainda mais destaque perante os produtores de petróleo do mundo inteiro. E para conquistar esse sucesso, só mesmo uma empresa brasileira, feita por brasileiros, como a Petrobras.

Canon muda o foco

OS PLANOS DA EMPRESA PARA POPULARIZAR SUAS CÂMERAS NO BRASIL, SEM PERDER O PRESTÍGIO DA MARCA JAMAIS

ROBERTA NAMOUR

AO LONGO DOS ANOS, A CANON construiu uma imagem de prestígio em câmeras fotográficas – o que lhe valeu a liderança mundial nesse mercado. O valor de sua marca atinge US$ 12,4 bilhões, a 54ª no ranking elaborado pela Millward Brown, uma das principais consultorias em branding do mundo. Segundo o mesmo estudo, a Canon ocupa a 15ª colocação entre as marcas mais fortes em tecnologia do planeta. Tudo muito bom, mas a mística cobra seu preço. No Brasil, o consumidor vê a Cânon como um sonho distante – desejável, mas pouco acessível. Por isso, nos últimos tempos, a empresa se esforça para reverter esse jogo, sem perder o lado bom da fama. Começou com sete lançamentos de câmeras, cujos preços vão de R$ 399 a R$ 1 mil. Hoje, é possível encontrar uma Canon de 7 megapixels, com reconhecimento de rosto e gravação de áudio e vídeo, por R$ 599. São valores próximos da média de mercado. Para afastar o "medo" do consumidor em relação à marca, a companhia instalou quiosques para demonstração de produtos nos shoppings Morumbi e Center Norte, em São Paulo. A próxima parada será no Shopping Anália Franco, também na capital paulista. **Em breve, o brasileiro irá se deparar com campanhas publicitárias da Canon na TV, entre uma novela e outra. Já os internautas encontrarão na rede ações de marketing viral da empresa.** Com o investimento adicional em publicidade, a companhia quer fazer parte do dia-a-dia dos brasileiros. "O fato de a Canon não ter bases sólidas junto aos consumidores no Brasil é uma desvantagem perante a concorrência", afirma Bernardo Tinoco, gerente de negócios da GfK Marketing Services, especializada em pesquisa de mercado. "Para sobreviver nesse setor é preciso se aproximar do consumidor. As pessoas compram de quem conhecem e em quem confiam."

O interesse pelo Brasil é explicado pelos seguintes números: enquanto as vendas globais de câmeras digitais aumentaram 19% no ano passado, no Brasil esse índice chegou a 33%, segundo o GfK. Atualmente, apenas 5% da receita da empresa vem da América Latina e sua fatia de mercado é de apenas 9% no Brasil. A reversão nesse quadro está nas mãos de Akihiko Matsumaru, presidente da Canon Latin America. "Nossa expectativa é crescer entre 15 e 20% no ano", afirmou Matsumaru à DINHEIRO. Sua grande aposta no País, porém, está na oferta de aparelhos de alto desempenho, com preços na média de mercado. "Com a valorização do real, o poder de compra do brasileiro aumentou e ele se tornou mais exigente em termos de tecnologia", afirma Roberto Sandrini, especialista em produtos da Canon Latin America. Entre março de 2007 e março de 2008, o preço médio das câmeras de 7 megapixels – uma das mais vendidas no mercado brasileiro atualmente – caiu 41%. Já as de 8 megapixels tiveram seu preço reduzido em 67%. Há ainda muito espaço para expansão nesse mercado no Brasil. Mas a concorrência dos celulares e o acesso à tecnologia têm empurrado esses produtos para a categoria de commodities. Por isso, a Canon, um gigante com faturamento de US$ 39,3 bilhões, mergulhou há anos num processo de diversificação, com o lançamento de filmadoras, scanners, impressoras, copiadoras, semicondutores, binóculos, projetores, equipamentos hospitalares, entre outros. "Nosso próximo passo é entrar no mercado de TVs de tela plana", revela Matsumaru. E as câmeras digitais são fundamentais para manter vivo o prestígio da marca.

MATSUMARU, DA CANON: a gigante japonesa está de olho num mercado que cresce 33% ao ano, o brasileiro

FOTOS: KARINE XAVIER/AG. ISTOÉ

RETRATO DO MERCADO

Estimativa de crescimento nas vendas de câmeras digitais no mundo – em %

Brasil	33
América Latina	19,4
Ásia	12
Europa Ocidental	3,8
Estados Unidos	- 0,3

Fonte: GfK Marketing Services

e-commerce MERCADO DIGITAL

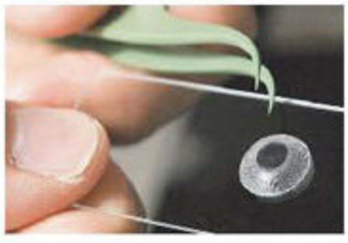
OPERAÇÃO CORUJÃO

Para vencer a concorrência, algumas empresas não dormem no ponto, literalmente. É o caso da C&C Casa e Construção. A varejista decidiu explorar o comércio eletrônico na madrugada. O fluxo de clientes na loja virtual da rede é maior no período das 6h às 18h. Isso porque o brasileiro acessa mais a internet a partir do seu local de trabalho do que da sua residência. Com o intuito de estimular os consumidores a acessar o canal de e-commerce fora do horário comercial, a C&C lançou a campanha 'Corujão', que oferecerá produtos, em promoção, das 18h de quinta-feira às 6h da sexta-feira. A estratégia visa a diminuir os picos de acesso, que custam muito caro para serem administrados na rede, atraindo-os para horários em que o sistema costuma ficar ocioso.

DEGUSTAÇÃO VIRTUAL

Pesquisadores espanhóis criaram uma língua eletrônica especialmente para a degustação de vinhos. O sistema é capaz de identificar propriedades dos vinhos e distinguir safras. Mais precisa do que a tradicional degustação, a língua artificial possui sensores que diferenciam até o tipo de uva. O equipamento será utilizado para detectar fraudes e certificar a qualidade das bebidas.

CÓRNEA CIBERNÉTICA



Cientistas americanos da Universidade de Stanford deram uma nova esperança para deficientes visuais. Eles criaram uma córnea artificial capaz de suprir as necessidades de transplantes. Até agora, o único modelo de córnea artificial aprovado para uso nos EUA é rejeitado em 20% dos casos. O produto é feito com material similar a lentes de contato e deve ser submetido a novos testes com humanos antes de ser aprovado.

SISTEMA GUARDIÃO

As montadoras vivem à caça de novas formas de agregar mais valor aos seus carros. A Nissan Motor acaba de lançar uma tecnologia de segurança para motoristas distraídos – ou "barbeiros". O dispositivo impede que ele mude de faixa caso detecte um veículo se aproximando. A intenção é reduzir pela metade os acidentes com feridos graves envolvendo os veículos da marca até 2015.

RESPOSTA INSTANTÂNEA

Don Peppers, da agência americana de marketing Peppers & Rogers Group

Qual a importância da integração das áreas de marketing e de tecnologia de uma empresa?

O surgimento de novas mídias, as redes sociais e a proliferação dos canais de contato com clientes transformaram o trabalho de marketing em um imenso quebra-cabeças. Administrar uma área de marketing dentro de uma empresa é uma missão que exige muita disciplina e o correto uso de tecnologia. Os ganhos para as empresas seriam enormes se os profissionais de marketing tivessem mais influência em tecnologia e se o pessoal de TI entendesse melhor os desafios atuais do marketing.

Pela primeira vez o Brasil vai sediar o Technomarketing, seminário internacional de tecnologia em marketing. O que o evento tem a ensinar às nossas empresas?

O evento faz a ponte entre a tecnologia e o marketing. Hoje, os clientes conectados propagam a imagem da marca mais rápido do que a sua comunicação.

Qual a lição que o Technomarketing pode tirar do Brasil?

Apreciamos muito a criatividade e a capacidade do profissional brasileiro de marketing. O uso da tecnologia em marketing é um tema em desenvolvimento em todo o mundo e esperamos no Technomarketing ver os estudos de casos dos pioneiros brasileiros e seus resultados.

Por Roberta Namour

PRATELEIRA >>>

W380 – *da Sony Ericsson. Com rádio FM, bluetooth e com função que permite identificar o nome do cantor, música e álbum. Por R$ 549*

STYLUS 790 SW – *da Olympus. Com resolução 7,1 megapixels e à prova d'água. Por R$ 1.499*

PARA QUAL ESPORTE VOCÊ SERVE?

Na carona dos Jogos Olímpicos da China, o Ócio 2007 acaba de lançar os primeiros programas das "Olimpíadas para Ociosos". O site, que oferece aplicativos inusitados usando recursos do pacote Office, apresenta o teste "Para qual esporte olímpico você serve?" Além de indicar o esporte que cai como uma luva no perfil do internauta, há uma bem-humorada análise do perfil psicológico do "esportista ocioso". O blog Ócio 2007 é um projeto da Microsoft Brasil. Em vez da figura milenar escolhida para representar o evento na China, o mascote do portal é um bicho-preguiça (*acima*).

O DESTINO DA AOL

A Time Warner mexeu, mais uma vez, na estrutura da AOL. Até o início de 2009, os serviços de internet discada e de propaganda do provedor serão separados. A medida poderá facilitar a venda das duas divisões. A empresa estuda propostas do Yahoo e da Microsoft. No segundo bimestre, a receita da AOL despencou 16%. A companhia perdeu mais de 604 mil assinantes – atualmente tem apenas um milhão de clientes nos EUA.

Faça o que muitos gostariam de fazer:
leia os pensamentos de Emílio Odebrecht.

A visão do líder de uma das maiores organizações empresariais do Brasil.

Já nas livrarias.

500 Dinheiro

A FESTA DAS CAMPEÃS

A grande

PREMIAÇÃO DE AS MELHORES DA DINHEIRO

MONTAGEM SOBRE FOTO DE MURILLO CONSTANTINO

O PALCO PARA AS MELHORES:

(Da esq. para a dir.) Antoninho Marmo Trevisan, presidente da BDO Trevisan; Carlos José Marques, diretor editorial da Editora Três; Luiz Fernando Sá, diretor de núcleo da Editora Três; Thomas Schmall, presidente da Volkswagen; Aécio Neves, governador de Minas Gerais; Marcelo Déda, governador de Sergipe; Henrique Meirelles, presidente do Banco Central; Hélio Costa, ministro das Comunicações; Miguel Jorge, ministro do Desenvolvimento; Edson Santos, ministro da Igualdade Racial; Márcio Fortes, ministro das Cidades; José Antônio Dias Toffoli, advogado-geral da União; Carlos Alzugaray, presidente executivo da Editora Três; Fernando Exel, presidente da Economática; Luciano Suassuna, diretor editorial-adjunto da Editora Três.

festa das empresas

RETRATA UM CICLO DE DESENVOLVIMENTO INÉDITO NA HISTÓRIA DO BRASIL

FOTO DE ROBERTO CASTRO

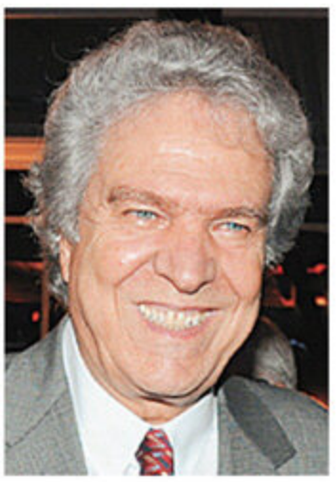
ANO PARA COMEMORAR
O presidente da Editora Três, Carlos Alzugaray (à esq.), e Henrique Meirelles, presidente do Banco Central

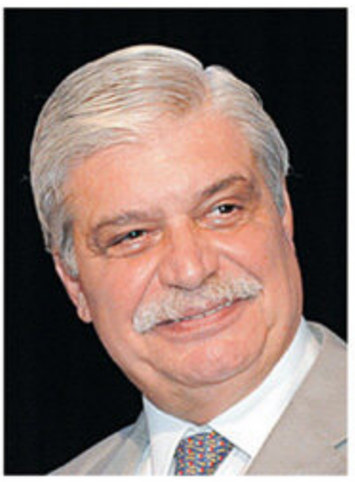
500 Dinheiro

A FESTA DAS CAMPEÃS

Na platéia,

CERCA DE 1.200 EMPRESÁRIOS E EXECUTIVOS





PODER: no telão, o editor e diretor responsável da Editora Três, Domingo Alzugaray, dá as boas-vindas aos convidados. No palco, os ministros Hélio Costa e Miguel Jorge (acima), os governadores Aécio Neves e Marcelo Déda e o prefeito Gilberto Kassab

O ministro das Comunicações, Hélio Costa, e o governador Aécio Neves, em um encontro mineiro na capital de São Paulo

Uma das maneiras mais eficientes de se detectar o grau de desenvolvimento de um país é observar o que dizem os grandes empresários. Nesse aspecto, o Brasil vive um momento único em sua história. Essa é a principal constatação da elite empresarial brasileira presente na entrega da quinta edição do prêmio AS MELHORES DA DINHEIRO, realizada na quinta-feira 7, em São Paulo. O otimismo e a confiança no País dominaram as conversas entre os 1.200 participantes da festa, que reuniu no Terraço Daslu presidentes das maiores e mais bem-sucedidas empresas brasileiras, ministros e parlamentares. Ao todo, 51% do PIB nacional compareceu ao evento. "O Brasil é o país do presente", disse Carlos Alzugaray, presidente executivo da Editora Três. "Vivemos o início de

51% do PIB nacional

REPRESENTAVAM, NO EVENTO, A ELITE ENTRE AS 500 MAIORES COMPANHIAS DO PAÍS

O prefeito Kassab encontra o ex-prefeito Paulo Maluf, com quem disputa as eleições municipais

Márcio Fortes, ministro das Cidades

José Antonio Toffoli, advogado-geral da União

Antonio Lima Neto, presidente do Banco do Brasil

Edson Santos, ministro da Igualdade Racial

O governador de Sergipe, Marcelo Déda, e o diretor editorial adjunto da Editora Três, Luciano Suassuna

O ministro do Desenvolvimento, Miguel Jorge, e o presidente da Anfavea, Jackson Schneider

Valter Luiz Cardeal, diretor da Eletrobras

Fernando Lemos, presidente do Banrisul

A empresária Ana Carina Alzugaray, da Landscape Turismo

O designer e cineasta Ricardo Van Steen e a editora Paula Alzugaray

Carlos Aguiar, presidente da Aracruz

Geraldo Carbone, vice-presidente do Itaú

ANFITRIÃO: Carlos Alzugaray recebe o ex-governador de São Paulo Cláudio Lembo, ao lado de Carlos José Marques, diretor editorial da Três

500 Dinheiro

A FESTA DAS CAMPEÃS

Celebração

EMPRESAS RANKEADAS ENTRE AS MELHORES DA

Oswaldo Nascimento, da Itaú Seguros

Ueze Zahran, da Copagaz

Fátima, Angelo e Stella Salton, da família proprietária da Vinícola Salton

Os empresários Paulo Saad e João Doria Jr. ladeiam os anfitriões Carlos José Marques e Carlos Alzugaray

APLAUSO: salão lotado do Terraço Daslu reconheceu a qualidade da gestão das empresas premiadas. "Vivemos um ciclo de crescimento sustentável", disse Henrique Meirelles

Sérgio Amado, da Ogilvy Brasil

Altino Barros, da McCann Erickson

Paulo Leite, da Dedic, e Pierre Schurmann, da Experience Media

Juan Quiros, do grupo Advento, e Roland De Bonadona, da Accor

Paulo Setúbal, da Duratex

Pecuarista Aramis Maia

Firmin Antonio, do Grupo Accor, e Fernando Trevisan

Cleber Moraes, presidente da Avaya, e Luiz Mello

Cláudio Coutinho, presidente, João Perez e Marcello Gonçalves, sócio-diretor do Banco CR2

de um ano histórico

DINHEIRO TIVERAM CRESCIMENTO TOTAL DE 12% EM SUAS RECEITAS EM 2007

Alessandro Carlucci, da Natura, e Mauro Pretti, da Santher

Antonio Matias, vice-presidente do Banco Itaú, e a esposa, Maricarmem

Ronaldo Sampaio Ferreira, da Bombril, Alice Ferreira, pecuarista, o jornalista Roberto D'Ávilla e o governador Marcelo Déda

Flávio Padovan, diretor da Volks, e a mulher, Maria Teresa

Jean Noel Hardi, presidente da Helibras, e Marcelo Medeiros

Marcus Elias, da Parmalat

José Bello, diretor comercial da Editora Três, e Michel Klein, presidente da Casas Bahia

Elaine e Afonso Celso Barros, presidente da locadora Avis

Teresa Vernaglia, da Eletropaulo Telecom

Marcello Serpa, da AlmapBBDO

Daniel Feffer, do Grupo Suzano

Publicitário Mauricio Eugênio

Marcos Quintela, da Young

Isabella e Flávio Maluf, presidente da Eucatex

Acácio Queiroz, presidente da Chubb Seguros, e Celeste Parra

TROFÉU: ranking As Melhores da Dinheiro premia as 32 melhores empresas do País

um ciclo positivo histórico."

O presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, afirmou que praticamente todos os setores da economia produziram indicadores invejáveis em 2007. O que chama a atenção é que não se trata de um período isolado. Dados preliminares indicam que em 2008 o crescimento continuará acelerado, apesar dos percalços da economia americana e do aumento da inflação global, fatores que poderiam inibir a expansão brasileira. **O grande mérito do Brasil, segundo Meirelles, é passar incólume por tais turbulências. "Já vivemos um ciclo de crescimento sustentável, o que fez do Brasil um país previsível"**, afirmou o presidente do Banco Central. "Com isso, ganham as empresas e ganham os cidadãos. Os empre-

500 Dinheiro

Os melhor

A FESTA DAS CAMPEÃS

ENTREGA DO PRÊMIO AS MELHORES DA DINHE

EMPRESA DO ANO:

o presidente da Volkswagen, Thomas Schmall, recebe o principal prêmio da noite de um ex-diretor da montadora, o atual ministro do Desenvolvimento Miguel Jorge. "O Brasil virou referência de sucesso", disse Schmall

PAPEL E CELULOSE
André Dorf, da Suzano, e Carlos José Marques

INOVAÇÃO E QUALIDADE
Hélio Rotemberg, da Positivo, e Henrique Meirelles

SIDERURGIA E METALURGIA
Renato Vallerini Júnior, da Usiminas, e Luiz Fernando Sá

GESTÃO FINANCEIRA
Ministro Márcio Fortes e Adriano Ferreira, da Sadia

TECNOLOGIA
Guilherme Archer de Castilho, da Itautec, e Marcelo Déda

VAREJO
Leonardo Horta, da Magazine Luiza, e Miguel Jorge

GOVERNANÇA CORPORATIVA
Heitor Campergiani, da Rossi Residencial, e Aécio Neves

ÓLEO E GÁS
Roberto Laje, da Comgas, e Edson Santos

BANCOS
Antonio Matias, do Itaú, e Luiz Fernando Sá

BEBIDAS E FUMO
Governador Marcelo Déda e Luís Rapparini, da Souza Cruz

SERVIÇOS DE TRANSPORTE
Luciano Suassuna e Carlos Augusto Moreira, da ALL

SEGUROS E PREVIDÊNCIA
Luiz Carlos Trabucco, da Bradesco Seguros, e Miguel Jorge

es entre os maiores

IRO RECONHECE O DESEMPENHO DAS COMPANHIAS NAS ÁREAS FINANCEIRA E SOCIAL

QUÍMICA E PETROQUÍMICA
Rolf-Dieter Acker, da Basf, e Carlos José Marques

RECURSOS HUMANOS
Paula Traldi, da Novartis, e o governador Marcelo Déda

MATERIAL DE CONSTRUÇÃO
Paulo Setúbal, da Duratex, e Luciano Suassuna

SAÚDE
Lourdes Marques, da Fundação Antonio Prudente, e Carlos Marques

SERVIÇOS PÚBLICOS
Márcio Nunes, da Copasa, e Antoninho Trevisan

ENERGIA ELÉTRICA
Eurides Luiz Mescolotto, da Eletrosul, e Fernando Exel

ELETROELETRÔNICA
Fernando Exel e Sérgio Aredes, da Wirex Cable

PEÇAS AUTOMOTIVAS
Ministro Edson Santos e Jaime José Vergani, da Randon

sários sabem que podem investir com segurança no País." Os números falam por si. No ano passado, o volume de investimento estrangeiro na produção foi o maior de todos os tempos, chegando a US$ 33,7 bilhões, mais que no auge da privatização, em 2000. Não à toa, o Brasil recebeu este ano o almejado grau de investimento das agências internacionais de classificação de risco. "Vivemos de fato um momento especial", afirmou o empresário Paulo Setúbal, presidente da Duratex.

Poucos setores aproveitaram tão bem o momento de pujança quanto a indústria automobilística. Em 2007, foram vendidos quase 2,5 milhões de veículos – 28% a mais que no ano anterior. Num cenário de quebra de recordes, chamou a atenção o desempenho da Volkswagen. Em vendas, foi a empresa que mais cresceu no ano passado, com um salto de 31,3%, a que mais exportou, com vendas de US$ 200 milhões para o Exterior, e a que mais empregou, com 21 mil funcionários. Essa performance notável explica as razões que levaram a Volkswagen a ser eleita a empresa do ano. "O Brasil está virando referência internacional de sucesso", disse Thomas Schmall, presidente da montadora. "Ganhar o prêmio da revista mais importante do

TÊXTIL, COURO E VESTUÁRIO
Edson Santos e Francisco Schmitt, da Grendene

HIGIENE E LIMPEZA
Alessandro Carlucci, da Natura, e Marcelo Déda

MINERAÇÃO
José Tadeu de Moraes, da Samarco, e Antoninho Trevisan

ENGENHARIA E CONSTRUÇÃO
Trevisan e Fernando Queiroz, da Via Engenharia

A FESTA DAS CAMPEÃS

Fotos de: Murilo Constantino, Roberto Castro, Wellington Cerqueira, Cleiby Trevisan, Fabiano Cerchiari, Filetti, Gustavo Scatena, João Raposo, Roberto Assunção, Rubens Chaves e Samir Baptista

MÉRITO: Carlos Alzugaray entrega o prêmio de melhor empresa em gestão de Responsabilidade Social e Meio Ambiente a Milton Vargas, do Bradesco

VEÍCULOS
Hélio Costa e Carlten Isensee, da Volkswagwen

TELECOMUNICAÇÕES
Luiz Eduardo Falco, da Oi, e o ministro Hélio Costa

AGRONEGÓCIO
Carlos José Marques e José Fernandes Jardim, da Cocamar

SERVIÇOS DIVERSOS
Nori Antônio Lermen, da ATP, e Carlos José Marques

ALIMENTOS
Luciano Suassuna e José Antonio Fay, da Perdigão

EDUCAÇÃO
Mário Barros, da Ulbra, e Fernando Exel

setor, num ano tão especial, é motivo de orgulho para todos que trabalham na Volkswagen." Na noite em que foram reconhecidas as 500 melhores empresas do País, em 27 setores, coube ao ministro do Desenvolvimento, Miguel Jorge, entregar o prêmio de empresa do ano a Schmall. **"O sucesso das companhias premiadas é resultado da combinação de dois fatores: a competência delas aliada à consolidação do ambiente econômico brasileiro", disse o ministro.** Uma curiosidade conferiu um simbolismo maior à entrega do prêmio: o próprio Miguel Jorge trabalhou na Volks, nos anos 80 e 90, como executivo da área de relações corporativas.

A confiança no crescimento da economia não está restrita a integrantes do governo federal. Autoridades de outros partidos e tendências demonstraram o mesmo ânimo. Alguns aproveitaram para convidar os empresários presentes a investir em seus Estados. "Digo a todos que o Sergipe é uma excelente alternativa de desenvolvimento", disse Marcelo Déda, governador do Estado. Aécio Neves, governador de Minas Gerais, afirmou que a antiga máxima de que empresa pública não funciona é coisa do passado. "A premiação de uma empresa pública como a Companhia de Água e Saneamento de Minas Gerais (Copasa) é prova disso", disse. A Copasa foi vitoriosa no setor de Serviços Públicos. O prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, também marcou presença.

As empresas premiadas receberam os troféus das mãos dos ministros Hélio Costa (Comunicações), Márcio Fortes (Cidades), Miguel Jorge (Desenvolvimento), Edson Santos (Igualdade Racial) e dos governadores Aécio Neves (Minas Gerais) e Marcelo Déda (Sergipe). Além das 27 campeãs por setor da economia, também foram premiadas as empresas que mais se destacaram em cinco áreas da gestão: Responsabilidade Social e Meio Ambiente, Inovação e Qualidade, Governança Corporativa, Recursos Humanos e Sustentabilidade Financeira.

AS MELHORES DA DINHEIRO

espaço SONY

Sony inova em As Melhores da Dinheiro

Sony apresenta design único e sofisticado, inspirado nas telas de cinema.

FOTOS: FABIANO CERCHIARI - FILETTI / AG. ISTOÉ

Espaço Sony no evento das 500 Melhores da Dinheiro

No evento que marcou o encontro de grandes empresários, políticos e personalidades importantes do mercado financeiro, o assunto foi o "futuro". E a Sony Brasil inovou com as telas Full HD da BRAVIA e sua mais nova série SR de notebooks VAIO voltada para o mercado executivo.

A linha BRAVIA Full HD, com até 52 polegadas, possui mais de 2 milhões de pixels e alguns destaques, como o Motionflow 120 Hz, que realça os detalhes das imagens em movimento e o BRAVIA Engine 2, que regula o contraste em cenas mais escuras. "Além disso, ao ligar a TV a produtos Sony com tecnologia BRAVIA Sync, o usuário pode comandar todos os aparelhos através de um único controle remoto, garantindo maior praticidade", afirma William Lima, Gerente de Produto BRAVIA.

Vadi dos Santos, do Bradesco, e Antônio Lacerda

Eduardo Gimenez e Jaime Vergani da FRAS-LE

Já a nova linha de notebooks VAIO SR150 utiliza o novo processador Intel® Centrino®2, pesa apenas 1,8 kg e possui tela de 13,3 polegadas, garantindo verdadeira portabilidade com alta performance para executivos. "É a união perfeita entre o melhor notebook e o melhor processador do mercado", afirma Francisco Simon, Gerente de Marketing e Vendas da Sony Brasil para a linha VAIO.

Com a transmissão digital no Brasil e a crescente demanda do segmento de mobilidade e aparelhos de alta definição, a Sony estabelece um novo avanço tecnológico com a linha BRAVIA e os novos notebooks VAIO SR150, prevendo um crescimento de 400% para este ano, índice muito superior à média do mercado.

KLV-40V410A
Alta definição com até 52 polegadas.

A tela LCD BRAVIA Full HD com mais de 2 milhões de pixels, em formato widescreen 16:9, conta também com a tecnologia BRAVIA Engine 2 que reduz o nível de ruído da tela proporcionando imagens mais nítidas.

Lançamento: VAIO série FW

- Novo processador Intel® Centrino®2
- Tela Real Widescreen de 16.4
- Tecnologia Blu-ray Disc™

VAIO – Viva em alta definição.
A tecnologia Blu-ray de alta definição do VAIO série FW amplia a sua sensação de enxergar o mundo em Full HD. Com ele, você tem muito mais possibilidades de editar fotos e vídeos em alta definição, e ainda pode assistir aos últimos lançamentos do cinema em Blu-ray Disc™.

Negócios

O custo de uma MEDALHA

COM INVESTIMENTO RECORDE E POUCO RESULTADO, CADA PÓDIO BRASILEIRO PODE VALER R$ 20 MILHÕES

Por MÁRIO SIMAS FILHO E FRANCISCO ALVES FILHO, enviados especiais a Pequim

QUANDO SUBIU AO PÓDIO do ginásio da Universidade de Ciência e Tecnologia, em Pequim, na noite da terça-feira 12, a judoca Ketleyn Quadros entrou para a história do esporte nacional. Pela primeira vez na história olímpica, uma atleta brasileira conquistava uma medalha por sua participação em uma competição individual feminina. Ao final dos Jogos de 2008, Ketleyn pôde fazer parte de outro seleto time de compatriotas – que até a quinta-feira 14 tinha, além dela, apenas os judocas Tiago Camilo e Leandro Guilheiro e do nadador César Cielo Filho. Nunca antes na história do País foi necessário tamanho investimento para se obter uma medalha olímpica. Para custear a preparação e o envio de um número recorde de 277 atletas a Pequim, o Comitê Olímpico Brasileiro (COB) despendeu nada menos que R$ 251 milhões, R$ 80 milhões a mais que o or-

çamento realizado com os 247 esportistas que foram a Atenas, em 2004. Há quatro anos, os brasileiros trouxeram dez medalhas (cinco ouros, duas pratas e três bronzes), média de R$ 17,1 milhões por premiação. Este ano, a previsão otimista era de 13 pódios. Caso se concretize – o que já é difícil, em função dos primeiros resultados em Pequim –, cada medalha custaria, em verbas do COB, R$ 19,3 milhões.

O sonho dourado que embalava a participação do Brasil nos Jogos Olímpicos de Pequim – superar o número de medalhas conquistadas em Atenas – foi criado a partir de uma preparação sem precedentes nos últimos anos e pelo desempenho de alguns de nossos principais atletas nas provas classificatórias. "Desta vez pudemos dar às confederações tudo o que elas pediram para condicionar melhor os atletas", explica Marcus Vinícius Freire, chefe da delegação do COB na China. O problema é que na primeira semana da competição fortes competidores que eram dados como certos no pódio não atingiram o objetivo. Judocas como o campeão mundial João Derly, favorito ao ouro, são exemplos de expectativas frustradas. **Nos bastidores, integrantes do Ministério dos Esportes comentam que, diante do montante de recursos investidos na equipe olímpica, um resultado abaixo do esperado será motivo de forte cobrança.**

A ampliação das possibilidades de medalha seria uma das vantagens de se qualificar uma delegação tão grande aos Jogos de Pequim. Para isso, o COB contou com novos mecanismos legais que permitiram encher o caixa. Recursos da lei Agnelo/Piva, que destina parte da arrecadação das loterias ao comitê olímpico, e da lei de incentivo ao esporte se somaram aos patrocínios. Para o diretor financeiro do COB, Edson Menezes, a equação é simples. "Temos que seguir o exemplo dos países desenvolvidos. Quanto mais gastam, mais resultados positivos conseguem", acredita. A principal origem do dinheiro são as loterias, que representam 80% do total dos recursos. Nos últimos quatro anos, R$ 210 milhões foram repassados ao COB dessa forma, graças à lei Agnelo/Piva. A fonte mais recente é a lei de incentivo ao esporte, sancionada em 2006, e que possibilitou à Petrobras carrear R$ 23 milhões para o comitê. As seis cotas de patrocínio completam o montante, com R$ 18 milhões repassados em forma de serviços e infra-estrutura.

Com o aporte de dinheiro, as confederações puderam participar de praticamente todas as competições mundo afora, muitas modalidades esportivas contaram com o auxílio de técnicos estrangeiros e a preparação nas semanas que antecederam os Jogos Olímpicos foi considerada ideal. "Para esse trabalho na reta final, os recursos da lei de incentivo foram um complemento perfeito", explica Freire. Para o chefe da delegação, a tendência é aumentar o investimento no esporte."O Pan do Rio mostrou ao empresário brasileiro o valor de associar sua marca ao esporte. Eles entenderam a mensagem", acredita Freire. Se realmente houver esse upgrade no financiamento do esporte, espera-se como conseqüência natural a multiplicação de medalhas conquistadas. A torcida é que já na Olimpíada de Pequim essa equação se mostre correta.

DIVULGAÇÃO/COB

BRONZE INÉDITO: *Ketleyn Quadros, do judô, conquistou a primeira medalha brasileira em uma competição feminina individual*

AP

3 TRÊS NA OLIMPÍADA 2008

O PÓDIO DAS VERBAS

Maiores repasses feitos pelo COB em 2007 (lei Agnelo/Piva*)

Vela e Motor	R$ 3, 4 milhões
Vôlei	R$ 3,3 milhões
Handebol	R$ 2,8 milhões

Menores repasses feitos pelo COB em 2007

Tiro com arco	R$ 497 mil
Levantamento de peso	R$ 538 mil
Pentatlo moderno	R$ 547 mil

* A Confederação Brasileira de Futebol não recebe repasse da lei Agnelo/Piva

Bradesco vivo CASAS BAHIA DEDICAÇÃO TOTAL A VOCÊ BR PETROBRAS

Speedo na cabeça

AP PHOTO/ITSUO INOUYE

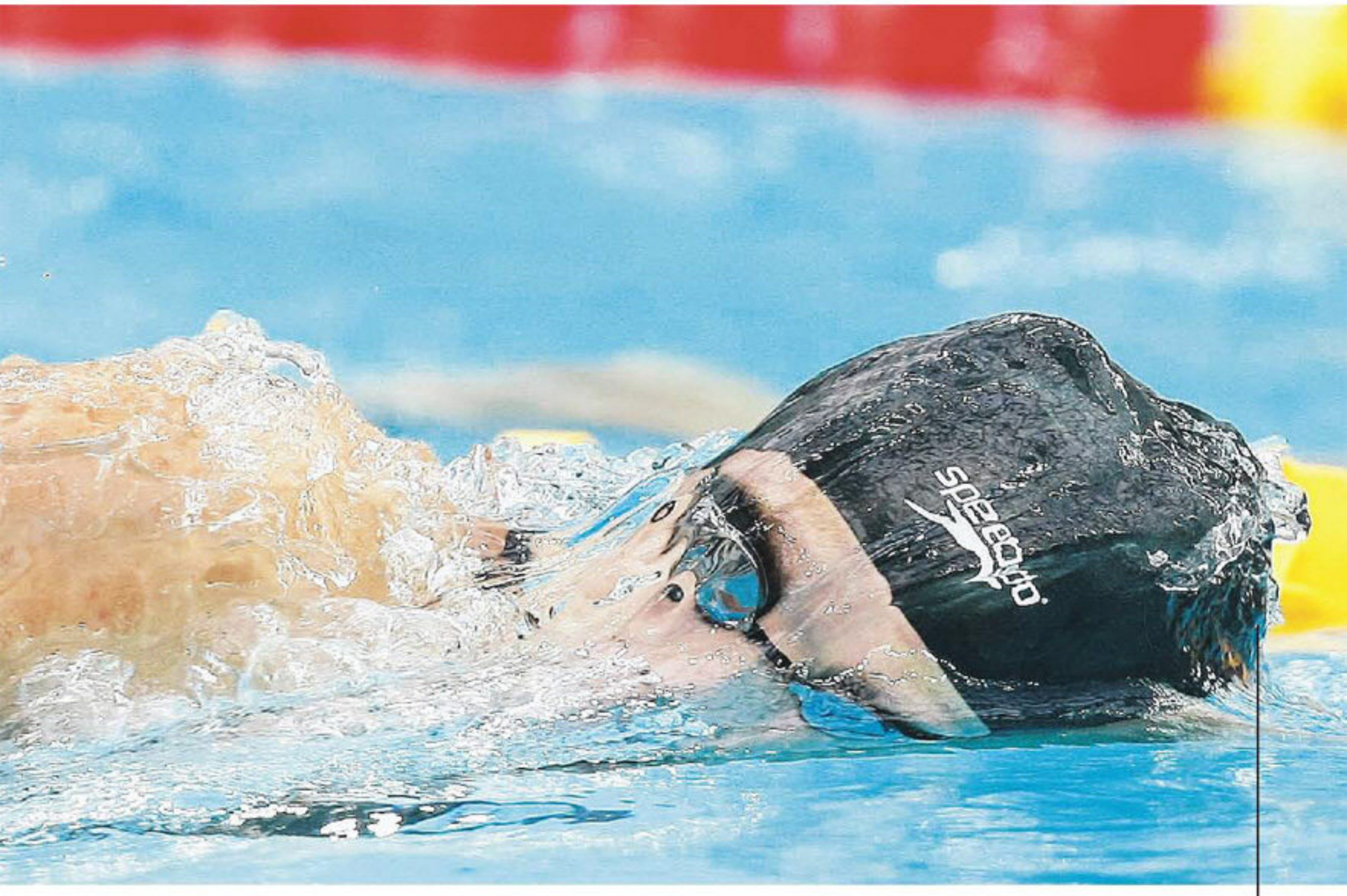
O MAIOR DA HISTÓRIA: o americano Michael Phelps ganhou suas medalhas de ouro com o maiô da marca australiana

VESTINDO 90% DOS ATLETAS DA NATAÇÃO, A MARCA ESPORTIVA TRIUNFA NAS PISCINAS DE PEQUIM

MÁRIO SIMAS FILHO, DE PEQUIM, E JOÃO CARLOS GODOY

O MAIOR VENCEDOR DAS PROvas de natação nos Jogos Olímpicos de Pequim não precisou dar braçadas, não se preparou fisicamente nem necessitou de ajuda psicológica para manter a calma durante a competição. Por incrível que pareça, não estamos falando de Michael Phelps, o fenomenal nadador americano de 23 anos que se tornou o maior atleta da história das Olimpíadas ao quebrar o recorde de dez medalhas de ouro em participações nos Jogos. O maior recordista de Pequim atende pelo nome de LZR Racer, um maiô desenvolvido pela Speedo, marca australiana de artigos esportivos, em parceria com a Nasa. Das 25 medalhas de ouro disputadas no Cubo d'Água, até a quarta-feira 13, a marca levou 24. Entre elas, todas as medalhas conquistadas por Michael Phelps. Trata-se de um feito e tanto no universo do marketing esportivo. A grife praticamente afogou a concorrência formada pelas marcas Arena, Adidas, Blue Servent e TYR. Mais: de acordo com a agência de notícias Associated Press (AP), a Nike, quem diria, permitiu que alguns de seus atletas patrocinados usassem Speedo, contanto que escondessem o logo da marca. Foi, de fato, uma vitória de lavada da empresa que vestiu 90% dos nadadores em Pequim e chamou a atenção do mundo. "O retorno de mídia que estamos tendo é astronômico, imensurável", diz Renato Hacker, diretor de marketing da Speedo no Brasil.

Isso é fruto de um investimento milionário no desenvolvimento do LZR Racer. Depois de mapear os corpos de 400 atletas para encontrar o tamanho ideal, engenheiros e técnicos criaram um mecanismo que permite a produção da peça sem costuras, a partir de um processo de soldagem ultrasônico – que cria silhuetas com menos ondulações e reduz o atrito com a água em até 6% em comparação com os outros maiôs. Apesar de ter passado pelo crivo dos órgãos esportivos internacionais, há quem diga que é um doping tecnológico. Desde que foi lançado, o LZR Racer ajudou a quebrar 50 recordes mundiais. "Sem dúvida, a tecnologia empregada nos maiôs da



SATIRO SODRÉ

Speedo contribui para um melhor rendimento dos atletas", disse à DINHEIRO Rômulo Noronha, o chefe da equipe de natação brasileira em Pequim. Os nadadores também reconhecem esse fato. Um dia antes do início da Olimpíada, a Speedo distribuiu o LZR Racer para os atletas no Cubo d'Água. A procura pelo acessório foi tão grande que alguns competidores trocaram cotoveladas na fila. "A Speedo alcançou um patamar no qual o atleta vai atrás da marca", enfatiza José Cocco, presidente da J. Cocco Sports Marketing.

Diante desse cenário, as marcas rivais estão dando braçadas em busca do tempo perdido. "Essas inovações estimulam os concorrentes a buscar o melhor em inovação que se reverte em benefício ao esportista", observa Ricardo Moura, supervisor técnico da equipe brasileira de natação. Guardadas as proporções, é uma corrida tecnológica semelhante à disputa entre os Estados Unidos e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) nos anos da Guerra Fria. A fabricante Arena criou uma nova roupa batizada de R-Evolution, a Adidas levou na bagagem a TechFit Powerweb e a TYR desenvolveu a Tracer Light. Nenhum desses produtos, por enquanto, fez cócegas na Speedo. A única ameaça à hegemonia da marca australiana veio da própria. Durante a disputa dos 200 metros borboleta, o nadador Michael Phelps teve sua visão prejudicada por causa do volume de água que entrou em seus óculos da Speedo. Phelps, que trajava um LZR Racer, levou o ouro, mas saiu reclamando dos óculos. "Isso tem um impacto negativo para a marca", adverte Amir Somoggi, consultor da empresa Casual Auditores, especializada em negócios no esporte. Os próprios executivos da empresa disseram que foi um caso isolado. A julgar pelos números, nas raias do Cubo d'Água, a Speedo tem mais créditos do que débitos.

24
medalhas de ouro, das 25 disputadas até a quarta-feira 13, eram de atletas que usavam o maiô da Speedo

PROPAGANDA GRATUITA: grife distribuiu artigos esportivos aos atletas olímpicos. Alguns chegaram a brigar para garantir o seu

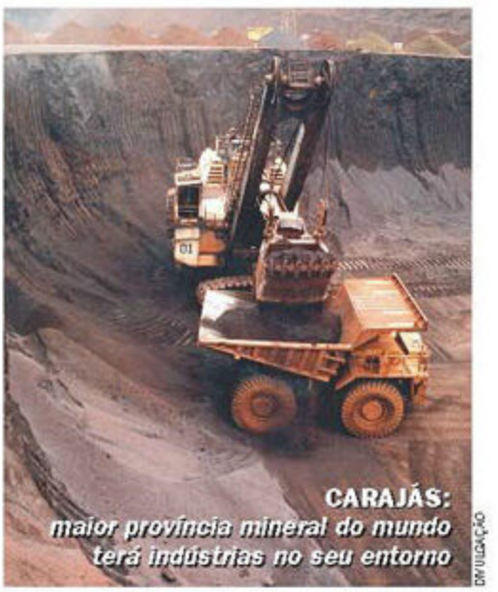
Como Lula convenceu a Vale

Pressionada pelo governo federal, a Vale lança siderúrgica de US$ 3,3 bilhões no Pará num pacote que pode chegar a US$ 20 bilhões

LÍVIA ANDRADE, DE BARCARENA (PA)

AO LONGO DO ÚLTIMO ano, sempre que se referiu à Vale, o presidente Lula repetiu o mesmo bordão: o de que não basta vender matéria-prima para países como a China. "É muito bonito a gente ver a Vale contratando navios, mas não é só pegar o nosso minério e levar para fora. É preciso produzir aqui dentro para gerar empregos e riquezas", disse o presidente, em mais de uma ocasião. Na semana passada, esse discurso foi colocado em prática. Num evento em Barcarena, no Pará, Lula e o presidente da Vale, Roger Agnelli, anunciaram o investimento de US$ 3,3 bilhões na primeira fase da siderúrgica Aços Laminados Pará, que será construída no município paraense de Marabá. A capacidade inicial de produção será de 2,5 milhões de toneladas/ano de aço. **Na fase de implantação, o projeto gerará 16 mil empregos e, quando entrar em operação, serão mais 3,5 mil postos fixos e 14 mil indiretos.** A primeira etapa do empreendimento deveria ficar pronta em 2013, mas, a pedido de Lula, Agnelli antecipou a inauguração para dezembro de 2012. "Isso foi em função da promessa da ministra Dilma Rouseff e da governadora do Pará, Ana Júlia de que vão fazer tudo que for necessário para agilizar as licenças", disse o executivo.

A usina deve provocar um grande impacto na economia regional, fomentando novas empresas para fornecer insumos e produtos acabados. Já há empresas interessadas em iniciar a produção de cimento com as escórias de aço. Para alimentar a siderúrgica, a Vale deve anunciar também até 2012 o maior projeto de minério de ferro do mundo, Serra Azul, que fica na cidade de Canaã dos Carajás. O investimento na mina será de US$ 10 bilhões e terá capacidade de produção de 90 milhões de toneladas. Para escoar tudo isso, o governo federal se comprometeu a melhorar a infra-estrutura. Do total de US$ 59 bilhões que a Vale anunciou que investirá em todo o mundo até 2012, 77% virá para o solo brasileiro e, entre as unidades federativas, o Pará é o líder em investimento. Sozinho, o Estado receberá neste período US$ 20 bilhões. Além do anúncio da siderúrgica, a Vale divulgou a expansão da Alunorte, produtora de alumina controlada pela Vale. E há também a possibilidade de mais uma planta para a produção de alumina em parceria com a norueguesa Norsk Hydro. Sinal de que Agnelli entendeu o recado de Lula. S



CARAJÁS: *maior província mineral do mundo terá indústrias no seu entorno*

DIVULGAÇÃO

LULA E AGNELLI: *nova usina é fruto de um pedido direto do presidente*

RODRIGO PETERSON/AG. ISTOÉ

A Amazon Pc recomenda o Windows Vista® Home Premium

Windows Vista™ Home Premium

DESIGN E PERFORMANCE EM UM ÚNICO NOTEBOOK.

Amazon Pc, evolução sem limites.

CÓDIGO: EXTRA.COM 5985265

- Processador Intel® Core™ 2 Duo T 5450 1.66 GHz cache L2 2MB
- Windows Vista® Home Premium
- Memória 2GB DDRII
- HD 160 GB Sata
- DVD-RW
- Wireless

E muito mais, confira!

OFERTA IMPERDÍVEL!

CONSULTE PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

À VENDA : extra.com.br

AMAZON PC® COMPUTADORES

A evolução sem limites.

www.amazonpc.com.br

©2008 da Microsoft® Corporation nos Estados Unidos e em outros países. Foto Ilustrativa. Reservamo-nos o direito de corrigir possíveis erros gráficos. Oferta válida até o termino do estoque.

> “AS FRANQUIAS SURGIRAM COMO A MELHOR SOLUÇÃO PARA ALGUNS DE NOSSOS PONTOS COMERCIAIS”
>
> **SIMONE GALANTE, DA GRSA**

JOÃO RAPOSO/AG. ISTOÉ

FRANQUEA

DOS S.A.

Franquias eram negócios para pessoa física. Agora, grandes grupos empresariais entraram no jogo. Conheça os prós e os contras desse modelo

RICARDO OSMAN

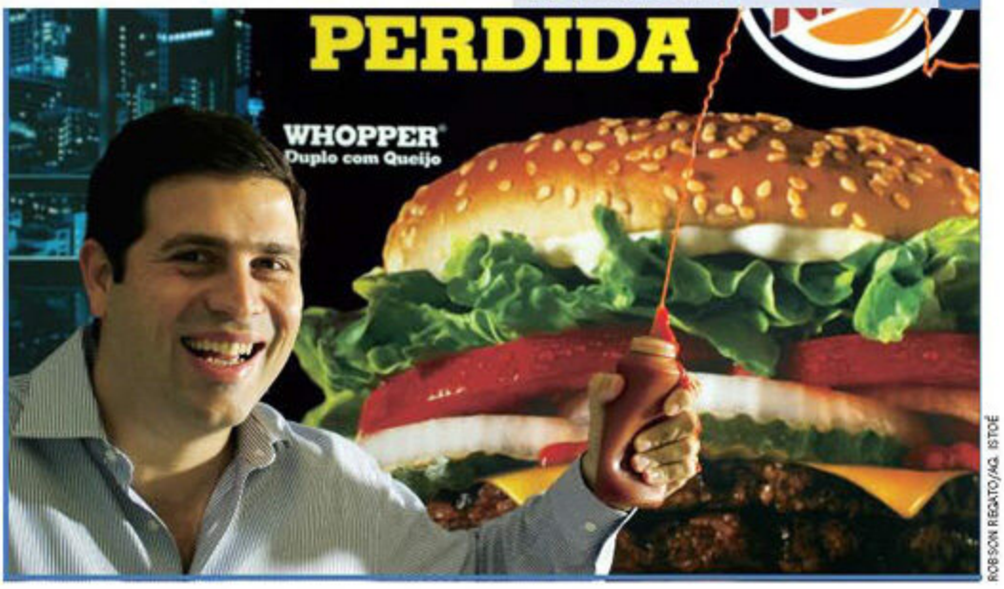
DESDE QUE O FRANCHISING ganhou força no País, na década de 80, havia uma espécie de regra não escrita: o franqueado deveria "pôr a barriga no balcão" e se concentrar em apenas um negócio. Agora, surge um novo modelo nesse mercado: o Franqueado S.A. Grupos empresariais estão adquirindo franquias, muitas vezes de redes distintas, e formando conglomerados especializados na gestão desses negócios. O caso mais visível é o da GRSA, subsidiária do Compass, um colosso mundial no fornecimento de refeições. Em 2003, a GRSA comprou uma franquia do Bob's para instalar no Terminal Rodoviário do Tietê, em São Paulo. A loja bateu recorde de venda e foi o embrião de uma rede de franquias multimarcas. Hoje, são 41 unidades franqueadas de sete marcas, como Bob's, Casa do Pão de Queijo e Vivenda do Camarão. Em outubro deste ano, esse número chegará a 60, com um faturamento de R$ 44 milhões por ano. As franquias da GRSA espalham-se por terminais rodoviários e aeroportos, cujas praças de alimentação estão sob sua responsabilidade. Trata-se do maior franqueado do País. "As franquias surgiram como a melhor solução para alguns de nossos pontos comerciais. São marcas consagradas, já reconhecidas pelo consumidor", diz Simone Galante, diretora da GRSA. Os exemplos surgem em várias

regiões do País. A RP Alimentos, de Sorocaba (SP), é franqueada da Casa do Pão de Queijo, do Rei do Mate e do Quiosque Chopp Brahma. Em 2007, a Aptus Software House, especializada em sistemas de computação, adquiriu quatro franquias da Prepara Curso, que oferece cursos de informática. "A experiência é positiva, mas colocamos no contrato que eventual mudança societária na Aptus precisará contar com a nossa anuência", diz Rogério Gabriel, franqueador da Prepara Curso.

Os especialistas não conseguem identificar com clareza o que gerou esse movimento no mercado. Mas arriscam explicações. A consultora Ana Vecchi vê uma reação à concentração entre os franqueadores. Hoje, por exemplo, China in Box, Gendai e Brevitta pertencem ao mesmo grupo, o Kassai, de Robinson Shiba. A Brasil Franchising, comandada por Sergio Milano, abriga marcas como Café Donuts, Livraria Nobel e Sapataria do Futuro, entre outras. Na semana passada, a BFFC, controladora do Bob's e da KFC, anunciou a incorporação de outra bandeira, a Pizza Hut. "Eles ganharam escala e poder de barganha", afirma Ana. "É natural que o mesmo ocorra do lado dos franqueados." **Com isso, a relação entre o franqueado e o franqueador toma outras feições. A linguagem utilizada nas conversas entre as duas partes se torna mais homogênea – afinal, são dois grupos empresariais se falando.** No caso dos franqueados pessoas físicas, o atendimento é feito, em geral, por consultores da franqueadora. A GRSA, por exemplo, reúne-se diretamente com o diretor de desenvolvimento e franquias do Bob's, Flávio Maia. O presidente da Casa do Pão de Queijo, Alberto Carneiro Neto, age da mesma forma. "Como são empresas do mesmo ramo, isso nos tranqüiliza", diz ele. Há outro forte motivo para colocar diversas franquias debaixo do mesmo guarda-chuva. "Como a rentabilidade é menor numa franquia do que num negócio próprio, por causa da remuneração destinada ao franqueador, ganhamos escala gerindo várias unidades de marcas líderes", diz o goiano Rodrigo Gobbo. Aos 33 anos, ele se uniu a Marco Antônio Melo de Oliveira, 30 anos, para fundar a MR Comercial de Alimentos, que detém duas franquias Quiosque Chopp Brahma e uma Chopp Brahma Express. "A figura do franqueado corporativo já é uma realidade no Brasil e todas as redes terão que aprender a se relacionar com ele", diz André Friedhein, diretor da Associação Brasileira de Franchising (ABF). "A perda do parceiro operador da loja é compensada por uma gestão mais sofisticada."

Esses grupos empresariais também possuem fôlego financeiro maior do que o pequeno empreendedor. Prova disso é que marcas consagradas que desembarcaram recentemente no País já adotaram esse modelo desde o início. A Burger King chegou aqui em 2004 e entregou a empresas o direito de explorar a marca em Estados ou regiões do País. No Estado de São Paulo o franqueado é a BGK do Brasil, dona de 27 unidades. A BGK tem entre os sócios o empresário Luiz Eduardo Batalha e o locutor esportivo da Rede Globo Galvão Bueno. "Como somos uma corporação, utilizamos técnicas modernas de gestão", diz Guilherme Batalha, sócio da BGK e filho do fundador da empresa. A BGK mantém, por exemplo, um programa de participação nos resultados para os funcionários. "Nesse modelo não há canibalismo nos territórios nem conflito entre unidades franqueadas", acrescenta ele. "Não temos também problemas de comunicação. Falamos direto com a turma de Miami." Tudo indica que os franqueados S.A. vieram para ficar.

> "NESSE MODELO NÃO HÁ CANIBALISMO NOS TERRITÓRIOS NEM CONFLITO ENTRE UNIDADES FRANQUEADAS"
> **GUILHERME BATALHA, DO BURGER KING**



ROBSON RIGATO/AG. ISTOÉ

PRÓS E CONTRAS Vantagens e desvantagens do modelo de franqueado corporativo

A favor
- Empresas têm técnicas de gestão mais sofisticadas
- Ganhos de escala devido ao número de unidades
- Maior força de negociação de pontos comerciais

Contra
- O dono não está diretamente à frente do negócio
- A carga tributária é maior, pois o franqueado deixa de ser pequena empresa
- Atritos com o franqueador podem prejudicar mais os negócios

like.no.other™

SONY

dentsu

Linha Full HD Sony.

O seu mundo em alta definição.

Bravia
A nova linha Bravia Full HD com mais de 2 milhões de pixels* reproduz cores e detalhes como você nunca viu. São 1.920 x 1.080 linhas de resolução que proporcionam uma imagem muito mais viva e representam o máximo de qualidade e definição em televisores.

Cyber-shot
Agora sua vida ganhou muito mais recursos com a nova linha Full HD da Sony. Como, por exemplo, fotografar com uma Cyber-shot com Smile Shutter e reviver seus momentos com muito realismo, como se eles tivessem acabado de acontecer.

Blu-ray
A linha Full HD da Sony permite que você assista a seus filmes e shows preferidos em Blu-ray, e tenha a sensação de que está fazendo parte deles ao vivo.

Handycam
Você pode filmar os melhores momentos da sua vida com uma Handycam e depois assistir a eles com uma resolução de 1.080 linhas reais e revivê-los como se fossem hoje.

VAIO - Viva em alta definição
A tecnologia Blu-ray de alta definição do VAIO série FW amplia a sua sensação de enxergar o mundo em Full HD. Com ele, você tem muito mais possibilidades de editar fotos e vídeos em alta definição, e ainda pode assistir aos últimos lançamentos do cinema em Blu-ray Disc™.

Com a Sony, você pode ter o mais completo mundo de possibilidades de entretenimento em alta definição.

Acesse www.sony.com.br/altadefinicao e conheça a linha Full HD completa da Sony.

Central de Relacionamento: 11 3677 1080

Full HD 1080

Sony HD world

PRODUZIDO NO PÓLO INDUSTRIAL DE MANAUS
CONHEÇA A AMAZÔNIA

Sony, VAIO, Cyber-shot, Handycam, Bravia e like.no.other são marcas registradas pela Sony Corporation. Para obter máxima qualidade de imagem sem distorção é necessário sinal digital de alta qualidade em formato widescreen e uso de receptor/conversor de sinal. Preparado para recepção do sinal digital em alta definição adotado no Brasil, com o uso do receptor e/ou conversor do sinal digital DTV externo. Verificar cobertura do sinal DTV em sua região. As imagens são simuladas. Fotos, gráficos e ilustrações podem não corresponder a uma representação fiel da realidade. Conforme Lei Federal nº 11.291/06, informamos que podem ocorrer danos ao sistema auditivo exposto a potência superior a 85 decibéis. Os produtos são vendidos separadamente. *Pontos que formam a imagem.

LIVRO a preço fixo

UM GRUPO DE LIVRARIAS QUER TABELAR OS LANÇAMENTOS EDITORIAIS PARA ENFRENTAR AS GRANDES REDES. É O CAMINHO CERTO?

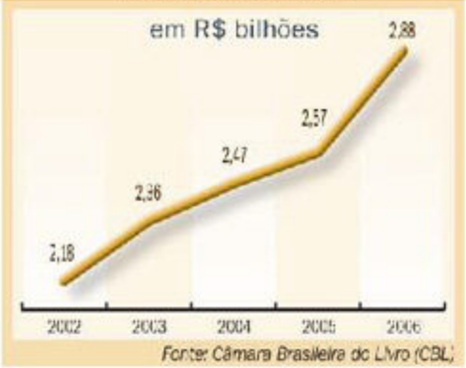
MÁRCIA VAISMAN

Negócios

WELLINGTON CERQUEIRA/AG. ISTOÉ

QUANDO O ESCRITOR Euclides da Cunha lançou Os Sertões, em 1902, a tiragem inicial daquela obra-prima girou na casa dos 3 mil exemplares. Hoje em dia, mais de um século depois, são raros os livros com 2 mil cópias. Enfim, o Brasil é um país que lê muito pouco. "A demanda ainda é pequena, o que encarece o livro", afirma o presidente da Associação Nacional dos Livros (ANL), Vítor Tavares. Isso sufoca o varejo de livros no País. Mas as pequenas e médias livrarias sofrem ainda mais. Elas são obrigadas a enfrentar as grandes redes do setor e sua capacidade de oferecer descontos. Além disso, o comércio eletrônico revelou-se um concorrente de peso. Por isso, Tavares lançou uma idéia inusitada e polêmica: o tabelamento do preço de livros para todos os canais de vendas, sejam eles físicos ou virtuais. Atualmente, o livro já sai com preço sugerido pela editora, mas não precisa ser obrigatoriamente acatado pelo livreiro. A proposta da associação é estabelecer um preço para lançamentos e permitir um desconto máximo de 10%. A iniciativa visa proteger as pequenas e médias livrarias, que representam 70% do mercado nacional. "Os lançamentos garantem mais de 70% das vendas e essa medida daria mais fôlego aos livreiros que sobrevivem com dificuldade", diz Tavares. A proposta, porém, parece contraditória a esse objetivo. Afinal, o alto custo dos livros inibe a difusão do hábito da leitura entre os brasileiros. Sem descontos, a maioria dos brasileiros teria mais dificuldade para adquiri-los.

OS BRASILEIROS E OS LIVROS
Vendas do setor nos últimos cinco anos



Fonte: Câmara Brasileira do Livro (CBL)

TAVARES, DA ANL: *"A medida daria mais fôlego aos livreiros que sobrevivem com dificuldade"*

Samuel Seibel, da Livraria da Vila, acredita que esse tipo de protecionismo permitiria a capitalização do pequeno e médio empresário e possibilitaria, em médio prazo, a abertura de outros pontos-de-venda. Assim, a procura seria maior e, por conseqüência, os preços baixariam. A ANL busca apoio no Congresso Nacional e baseia-se no sucesso das leis do preço fixo que vigoram em alguns países europeus e latinos. "Já temos dois senadores e alguns deputados simpáticos à idéia", revela Tavares. Há especialistas que vêem a proposta com desconfiança. Jason Prado, diretor da ONG Leia Brasil, lembra

que, no final de 2004, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva sancionou uma lei que deu isenção do PIS e Cofins para editorias, livrarias e distribuidoras. O governo deixaria de arrecadar – à época – R$ 160 milhões e, em troca, as empresas contribuiriam com 1% do seu lucro para um fundo nacional de incentivo à leitura. "O fundo nunca saiu do papel", diz Prado. Esperava-se também que o preço do livro caísse até 10%, o que não aconteceu. "Os editores põem os preços que querem", reitera Prado.

SEIBEL, DA LIVRARIA DA VILA: *Tabelamento permitiria capitalização das pequenas livrarias*

Na opinião de outros empresários do setor, o que reduziria o preço seria o aumento do número de leitores. **Estudo do Instituto Pró-Livro revela que 1,2 livro por ano é vendido por habitante no Brasil. Em países desenvolvidos, esse índice é 10 vezes maior.** A ONU sugere uma livraria para 10 mil pessoas, mas o Brasil tem menos de uma para cada 40 mil habitantes. A alternativa, para Prado, seria aumentar o número de bibliotecas. Em 613 dos 5.562 municípios não há sequer um ponto de leitura. "É essa demanda que baixaria o preço do livro no País, além, da prática do livre mercado", diz Prado. Essa também é a lógica defendida pela Secretaria de Direito Econômico, vinculada ao Ministério da Justiça. "Acho complicado tabelar preços. É importante deixar a própria força do mercado agir e a sobrevivência dos pequenos e médios pode se dar via atendimento diferenciado", comenta a diretora Alessandra Viana. Foi o caminho seguido pela Livraria Cultura, de acordo com o diretor Fábio Herz. "Damos prioridade ao serviço, à qualidade e ao atendimento. Assim, nossa sensibilidade ao preço diminui", afirma ele.

HERZ, DA CULTURA: *"Damos prioridade ao atendimento. Assim, a sensibilidade ao preço diminui"*

O INESPERADO TOMBO DA AMERICANAS

TROPEÇOS NA FINANCEIRA E AUMENTO NO CALOTE EXPLIC

ADRIANA MATTOS

A TRAJETÓRIA DA LOJAS AMERICANAS JÁ foi uma seqüência de altos e baixos. A varejista quase foi parar na mão dos americanos, pensou em buscar sócios nos anos 90 e, em tempos de crise, suas ações chegaram a valer menos de R$ 4. Suas lojas, com layout envelhecido, longas filas e confuso portfólio de produtos, afugentavam consumidores mais abonados. O divisor de águas na história da rede veio em 1998. Após uma mal-sucedida tentativa de venda para o Wal-Mart naquele ano, o caminho da varejista foi inteiramente refeito. "Nossos planos eram diferentes para a Americanas. Como o planejado não ocorreu, perdemos muito tempo", chegou a admitir um dos controladores da rede, o empresário Jorge Paulo Lemann, em artigo publicado pela escola de administração Bobson College. A solução encontrada foi dar uma boa (e rápida) chacoalhada no negócio. A rede entrou numa dieta brava. Um quarto dos funcionários foi demitido em 2000, 23 lojas com perfil de supermercado fecharam as portas e as despesas diminuíram

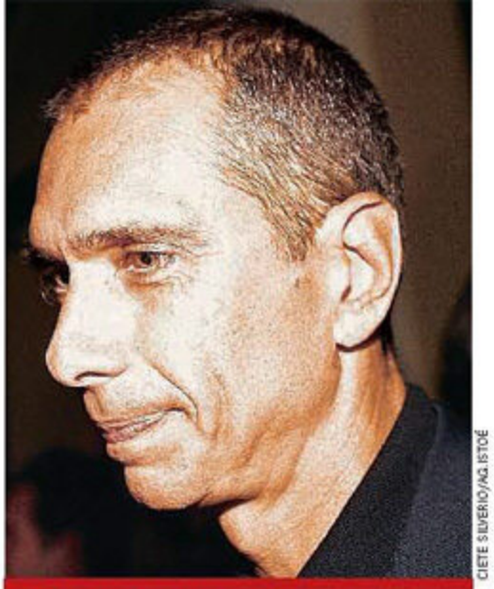
MURILLO CONSTANTINO/AG. ISTOÉ

BATALHA DURA: *cartão com anuidade grátis e produtos com descontos para expandir base de bons clientes da rede*

AM O PRIMEIRO PREJUÍZO EM 28 TRIMESTRES. QUAL A SAÍDA?

drasticamente. Nos últimos oito anos, o lucro mais que dobrou e a receita, quintuplicou. O susto veio na semana passada. Após 28 trimestres consecutivos de resultados positivos, a rede fechou no vermelho. Foram R$ 14,5 milhões de prejuízo no segundo trimestre. Após tanto sufoco no passado, tem algo de errado com a varejista novamente? Sim e não.

A mancha no balanço nada tem a ver com a operação da rede. O sinal positivo se inverteu porque a companhia teve de amortizar um ágio pago por ações da B2W, empresa criada com a fusão do Submarino e Americanas.com. A rede tem adquirido esses papéis para ampliar seu controle no negócio. Além disso, a adoção do regime de substituição tributária do ICMS penalizou as contas. Isso porque o registro do tributo passou a ser feito na linha de custos. "Se você olhar bem nossos números, estamos até melhores operacionalmente", defende-se o diretor financeiro Roberto Martins, quando questionado por analistas na semana passada. O Ebitda subiu 27,1%. Neste ano, as lojas venderam 26,9% mais do que em 2007 (excluindo o desempenho dos sites). Não falta razão a Martins, mas não era essa a grande dúvida do mercado. **O que todo mundo queria saber é por que a financeira da Americanas, a FAI (Financeira Americanas Itaú), amargou rombo tão grande em 2008.**



CIETE SILVERIO/AG. ISTOÉ

SICUPIRA, UM DOS ACIONISTAS: CORTE DE EMPREGADOS, FECHAMENTO DE LOJAS E O FIM DE UMA LONGA CRISE

Foram R$ 18,9 milhões de prejuízo no semestre, rateados entre o Itaú e a cadeia varejista. Em 2007, o valor foi bem menor: R$ 7,5 milhões. "Não esperava mais de R$ 1 milhão de prejuízo no último trimestre", disse Renata Coutinho, analista do Santander. Parte das perdas foi parar na conta da Americanas, um dos primeiros investimentos, realizado em 1982, pelo trio Lemann, Marcel Telles e Carlos Alberto Sicupira. Quem leu o balancete não gostou nada dos números e as ações abriram em queda de 5% no dia seguinte à divulgação dos números. **Martins foi questionado diversas vezes pelos analistas sobre a perda com a financeira. Repetiu outras tantas que o prejuízo é natural. "O cartão de crédito (principal instrumento de financiamento da FAI) foi lançado há dois anos. Ainda estamos num processo de maturação do investimento"**, disse. E foi além: "Esperamos atingir o equilíbrio no começo de 2009 ou, quem sabe, no final de 2008." Faltou combinar o discurso com seus pares. Na mesma semana, a direção da FAI teria declarado à imprensa que até o primeiro trimestre de 2009 a virada não aconteceria.

Há pedras no caminho da FAI rumo ao azul. A inadimplência dos brasileiros tem crescido, relatam Serasa e Fecomércio. O período não é dos melhores para ampliar as vendas por meio de cartões de crédito, já que, com carnês em atraso, o cliente está mais arredio. Além disso, a Americanas deu início ao que chama de "limpeza de base". Ou seja, está tentando atrair clientes bons pagadores e deixar fora de sua cesta aqueles que deram, literalmente, o calote – a taxa de inadimplência na rede já bateu em 12% em 2007 e hoje está em 6% no cartão, apurou a DINHEIRO. No entanto, não é a única varejista que está envolvida nessa faxina, e para "roubar" o cliente alheio, precisa oferecer benefícios. A saída foi dar descontos em produtos comprados com o seu cartão. Também não vai cobrar o valor da primeira anuidade. Resultado: alta nos custos. "E quem arca com esses gastos?", perguntaram os analistas a Martins, durante a conversa da semana passada. "Nós contribuímos com uma parte e a financeira, com outra", tentou esclarecer. Conhecida pela capacidade de reverter resultados, a rede tem chances de voltar ao azul no próximo trimestre e colocar a FAI nos eixos em 2009. Mas que o tropeço pegou muita gente de surpresa, não há a menor dúvida.

PRESSÕES E EXPLICAÇÕES Fatos que envolveram a rede nos últimos tempos

O que aconteceu?	Qual o efeito?	O que a empresa diz?
Os estoques aumentaram 2% de março a junho	A empresa aumenta o volume de ativos "parados"	Importou mais itens e os estocou para aproveitar dólar barato
O endividamento cresceu 23% no segundo trimestre	Se dívida sobe, o custo financeiro aumenta	Diz que a relação entre a dívida e o Ebitda é positiva
A dívida com fornecedor caiu, o que é contrasenso, já que os estoques subiram	Positivo, já que o passivo diminuiu, mas o mercado questionou o paradoxo	Afirma que antecipou pagamentos e obteve descontos com isso

parati

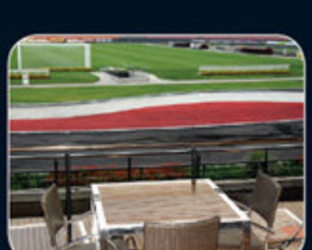
Santo Paulo bar

Uma marca que nasce com o objetivo de multiplicar o sabor e a emoção.

Um ambiente exclusivo, seguro, confortável e alegre, que reúne tudo o que você jamais imaginou encontrar em um estádio de futebol: vista panorâmica para o campo, 18 TVs de plasma, sala vip, sala de games, serviço primoroso, bebida bem gelada e pratos muito saborosos para você, sua família e seus amigos.

Só aqui você encontra o conforto da sua casa, o serviço de alta qualidade e a vibração do estádio do Morumbi.

Estádio do Morumbi, Concept Hall.
Informações ou reservas: 11 3742 4432
ou contato@santopaulobar.com.br
www.santopaulobar.com.br



Em dias de jogos, o acesso será feito apenas por meio de pré-reserva.

Santo Paulo Bar.
Emoção ao vivo com direito a replay.

GRSA
GRUPO DE SOLUÇÕES EM ALIMENTAÇÃO

O.S.: 229826

GRSA. A member of Compass Group.

Todos querem Madonna

ADRIANA MATTOS

TUDO QUE ENVOLVE Madonna gera polêmica e muito dinheiro. Ela é a cantora mais rica do mundo (US$ 72 milhões faturados em 2007), a mais poderosa, segundo a revista *Forbes* e, entre os artistas vivos, é a segunda em volume de CDs vendidos no mundo. Ansiosamente aguardada, a vinda da cantora ao País em dezembro já causa baixas e acessos explícitos de vaidade entre companhias e empresários brasileiros. O principal bastidor envolvendo a celebridade veio à tona nas últimas semanas. Começou a ser negociada a venda de quatro cotas para os patrocinadores dos cinco shows da cantora. Além disso, sem quase ninguém desconfiar, houve uma secreta disputa pelo rosto (e o corpo, é claro) de Madonna para uma campanha publicitária milionária que deve ser veiculada nos próximos meses por aqui. Duas das maiores redes do Brasil estiveram nesse embate: C&A e Lojas Renner. Como acabou vazando ao mercado, a Renner conseguiu fechar com os empresários da cinqüentona um contrato para que ela se torne a "garota"-propaganda da rede.

Ninguém vai ver Madonna parando o trânsito de São Paulo em filmagens para comerciais de tevê. Ela deve ser a protagonista de materiais publicitários, como outdoors e banners, no último trimestre do ano. Mas a C&A teve a chance de contratar Madonna antes que a rival o fizesse. É aí que a história se enrola. A empresa responsável pelo gerenciamento da carreira da cantora, a Live Nation, fez o contato inicial com as duas cadeias de vestuário. A DINHEIRO apurou que a C&A não se interessou pela proposta. Ela concluiu que o uso da imagem de Madonna estaria fora da estratégia de marca da rede. **A saída dos representantes foi, então, se aproximar da Renner, que não só teria oferecido 20% a mais do que o valor pedido à C&A como ficou com o direito de patrocinar os shows da cantora no Brasil.** Mas a saia-justa veio depois. A C&A só soube que a Renner tinha fechado o acordo quando a informação vazou à imprensa. "Eles tiveram a chance e passaram a vez. Negócios são assim", diz um interlocutor que esteve na negociação. Uma segunda versão já tem corrido boca a boca no varejo: C&A e Renner teriam avaliado, juntas, a proposta dos representantes sem que uma soubesse da outra.

O fato é que tirar Madonna de casa não sai barato A GAP pagou a ela US$ 10 milhões em 2003 por um comercial de 30 segundos na tevê americana. Em fevereiro, a cantora ficou US$ 15 milhões mais rica ao conceder à Unilever o direito de uso de suas fotos numa campanha da linha Seda. Mas um contrato com a bela tem de ser muito bem pensado. "Madonna é associada à idéia de mulher forte e agressiva. Para uma marca como a C&A, que vende para moças e abusa da sensualidade, pode não fazer muito sentido contratar a cantora", diz Elizabeth Salmeirão, diretora da empresa de pesquisas TNS Interscience. "É preciso que aquele nome agregue valor à marca. A Renner tem mais chances de fazer isso com Madonna do que a C&A", faz coro Alejandro Penido, diretor da Interbrands no Brasil. Ao buscar uma celebridade do escopo de Madonna, a Renner (que nega os rumores) dá uma cartada fundamental na tentativa de reforço de marca. O pontapé inicial nesse sentido foi dado pela C&A (que também nega tudo), com o contrato fechado com Gisele Bündchen em 2002, e estimado em R$ 5 milhões – hoje, uma verdadeira pechincha se comparado com a fortíssima marca Madonna.

LOJAS RENNER

US$ 25 MILHÕES

é o valor que deve ser pago a Madonna pelos cinco shows que fará no Brasil em dezembro

C&A

AP PHOTO/REVORK DJANSEZIAN

A CANTORA VEM AO BRASIL EM DEZEMBRO E VIRA PERSONAGEM PRINCIPAL DE UMA QUEDA-DE-BRAÇO ENTRE AS MAIORES REDES DO VAREJO. ADIVINHA QUEM SE DEU BEM?

Ultra no volante da Texaco

OS BASTIDORES DO NEGÓCIO QUE LEVOU A DONA DA IPIRANGA À VICE-LIDERANÇA NA DISTRIBUIÇÃO DE COMBUSTÍVEL

AP PHOTO/CAROLYN KASTER

JOAQUIM CASTANHEIRA

NA MADRUGADA DA QUINTA-FEIRA 14, um grupo de senhores engravatados deixou o escritório do Pinheiro Neto Advogados, no centro do Rio de Janeiro. Do encontro, que se estendera por toda a noite, participaram representantes da gigante do petróleo Chevron, dona da marca Texaco, e do Grupo Ultra, que mantém a bandeira Ipiranga. Juntos, eles haviam dado os últimos retoques no contrato em que o Ultra adquire toda a área de distribuição de combustível da empresa americana no Brasil. Por R$ 1,16 bilhão, os 1.953 postos da Texaco foram transferidos para a corporação brasileira. O negócio a levou ao segundo lugar do ranking nacional, com 23% de participação, atrás apenas da BR, o braço da Petrobras nesse setor. Além disso, acrescentou à sua estrutura 48 bases de distribuição, entre próprias, terceirizadas e operadas em pool com outras organizações.

Porém, o principal dividendo extraído do negócio é estratégico. Cerca de um terço da operação da Texaco concentra-se no Norte, Nordeste e Centro-Oeste, justamente onde o Ultra não estava presente – na compra da Ipiranga os postos nessas regiões ficaram com a Petrobras. São os Estados nos quais o consumo de combustível mais cresce no País – 14% ao ano, contra uma média nacional de 11%. "A partir de agora, com essa aquisição poderemos otimizar as bases de distribuição e aumentar nossa competitividade", afirma Pedro Wongtschowski, presidente do Grupo Ultra.

Na realidade, a aquisição da Texaco começou a ser costurada tão logo os representantes do Ultra assinaram o contrato de compra da Ipiranga, em fevereiro de 2007. Na ocasião, Wongtschowski sabia que a rede recém-adquirida deixava dois flancos abertos em sua estratégia. Primeiro: como a Petrobras ficou com os postos da Ipiranga no Norte e Nordeste do País, o Ultra não teria presença alguma nesses mercados – e a atuação nacional é importante, sobretudo para atender clientes corporativos, como indústrias e transportadoras. Segundo: a escala necessária para esse setor não estava garantida apenas com os postos do Sul e Sudeste. Por isso, em abril de 2007, Wongtschowski despachou seus executivos para as cidades de Houston (EUA), Irving (EUA) e Londres, onde respectivamente ficam os quartéis-generais da Chevron, dona da Texaco, da Shell e da Exxon (leia-se Esso). Nesses contatos, feitos sem intermediação de

bancos ou consultorias, os brasileiros passavam o recado: o Grupo Ultra tinha planos de expansão e estava disposto a avaliar a compra dos ativos dessas empresas no Brasil. A Shell indicou que não se interessava em deixar o País. A Esso seguiu o caminho tradicional nesses casos e entregou o mandato de venda para um banco e abriu uma espécie de leilão. O Ultra participou da disputa, mas quem levou a melhor foi a Cosan, o maior grupo de usinas de álcool do País.

"Primeiro, vamos mudar a identidade visual dos postos nos Estados do Sul e Sudeste, onde já atuamos como Ipiranga"

LEOCÁDIO ANTUNES FILHO, EXECUTIVO DA IPIRANGA

Restava a Texaco. No final de 2007, veio o sinal. Um emissário da Chevron desembarcou em São Paulo e dirigiu-se à sede do Grupo Ultra, na avenida Brigadeiro Luís Antônio, região central da capital paulista. Lá, anunciou que sua empresa gostaria de receber uma proposta oficial, com valores e condições de pagamento, para passar adiante seu negócio de distribuição. O preço e a engenharia financeira não chegaram a ser um empecilho na negociação dos meses seguintes. O Ultra lançou mão de recursos do próprio caixa para efetivar a transação. As conversas mais delicadas giraram em torno da marca Texaco. A multinacional queria tirar a bandeira do território brasileiro o mais rápido possível, mas o Ultra precisava dela, sobretudo nas três regiões onde não tinha operações. As duas partes chegaram a uma solução intermediária. No Norte, Nordeste e Centro-Oeste, a marca continuará viva até 2014 – a Petrobrás tem o direito de usar o logotipo da Ipiranga até 2012. Já no Sul e Sudeste, o nome Texaco poderá ser utilizado por apenas três anos. "Primeiro, vamos mudar a identidade visual dos postos nos Estados onde já atuamos como Ipiranga", diz Leocádio Antunes Filho, principal executivo da Ipiranga. O prazo para a migração começa a ser contado em janeiro de 2009, quando o Ultra assumirá de vez os negócios da Texaco. Até lá, duas outras atividades da Chevron no Brasil, a produção de lubrificantes e a exploração de petróleo, serão separadas da área de distribuição de combustível.

"Agora, com a aquisição da Texaco, poderemos otimizar as bases de distribuição e aumentar nossa competitividade"

PEDRO WONGTSCHOWSKI, PRESIDENTE DO ULTRA

A aquisição colocou o Ultra em um patamar próximo das maiores corporações brasileiras. Antes da compra da Ipiranga, suas receitas somavam R$ 5 bilhões. **A incorporação da Texaco o levará a um faturamento anualizado de R$ 36 bilhões, incluindo os demais negócios do grupo, como distribuição de gás, com a marca Ultragaz, petroquímica, e logística.** "Para o grupo, o acordo com a Texaco foi ótimo, porque lhe permitirá atuar nacionalmente e reduzir custos graças às sinergias", avalia Vladimir Pinto, analista da Unibanco Corretora. Trata-se também de mais um passo rumo à concentração no setor de combustíveis brasileiro, cada vez mais dominado por grupos locais. Das cinco maiores bandeiras de distribuição, apenas uma, a Shell, está nas mãos de um grupo internacional. Especialistas acreditam que essa "nacionalização" tenha sido provocada por dois fatores. Um deles é a presença hegemônica da Petrobras no segmento, o que torna a competição mais dura do que em outros países. O outro fator são os problemas com adulteração de combustível e a informalidade de algumas distribuidoras – esse tipo de concorrência diminuiu nos últimos anos, mas continua sendo uma dor de cabeça para os executivos das grandes empresas. E essa situação pode levar o Ultra a novas aquisições? Dificilmente, diz Wongtschowski. "Talvez alguma rede local para reforçar nossa presença nesta ou naquela região, mas não faremos nenhuma aquisição de grande vulto", garante ele.

Colaborou Márcia Vaisman

FOTOS: CARLOS VILALBA

UM GIGANTE QUE SURGE

O Grupo Ultra em números, após a aquisição da Texaco

Participação de mercado	23%
Volume de distribuição	18 milhões de m³ *
Postos de gasolina	Mais de 5 mil unidades
Lojas de conveniência	885
Receita	R$ 36 bilhões *

* Cálculo estimado com base no ano de 2007

Reinaldo Piscopo, diretor da R2 Learning

Vitória do golfe

Com público recorde mesmo em dia de chuva, a etapa R2 Learning mostrou que o golfista é um apaixonado pelo esporte e pelo networking

Enganou-se quem pensou que o mau tempo derrotaria os golfistas na etapa R2 Learning do Circuito Empresarial de Golfe, disputada na Fazenda da Grama Country & Golf Club, em Itupeva (SP), sob insistente chuva. No torneio que marcou a estréia da empresa de Reinaldo Piscopo como patrocinadora master, os vencedores foram a vontade de jogar e a animação dos mais de cem empresários que compareceram à competição. A prova de que a chuva não intimidou os jogadores foi o fato de ter sido a etapa com o menor índice de desistência do ano, apesar de ter sido a única disputada sob chuva.

"O golfista mostrou que é um apaixonado pelo esporte que pratica. Ficamos muito honrados com a presença de todos em nossa etapa de estréia", disse Piscopo. A R2 Learning é uma empresa especializada em desenvolvimento de cursos via internet que busca criar soluções de comunicação através de modernas técnicas do Ensino a Distância. Com cursos on-line compostos por vídeos, textos e interatividade, a R2 oferece importantes alternativas de treinamento, dentro dos mais variados segmentos da atividade empresarial. Atendendo ao mercado corporativo, a R2 transforma conteúdos de cursos e treinamentos presenciais para modalidade EAD (Ensino a Distância), oferecendo ao usuário final a estrutura e as ferramentas necessárias para que ele possa se atualizar, de forma inovadora e otimizada. O ambiente de ensino virtual da R2 foi criado para proporcionar interatividade entre aluno e professor, dinamizando e valorizando o relacionamento interpessoal através de ferramentas multimídia especialmente desenvolvidas para estar plataforma de ensino. Mais informações podem ser obtidas no site www.r2learning.com.br .

A estréia da R2 como patrocinadora master foi um sucesso, já que o time principal da empresa, composto por Piscopo, Massafumi Wakabayashi, Jonathan Aires e o piloto Rubens Barrichello foi o time campeão da Copa Empresarial de Golfe, principal troféu da competição. Rubinho, aliás, foi também campeão da categoria de 10 a 18 de handicap. "Todos sabem que gosto da chuva", brincou, comparando sua atuação no campo à sua performance nas pistas. Rubinho aproveitou para agradecer aos empresários patrocinadores e convidados do CEG pela ajuda que têm dado ao Instituto Barrichello Kanaan (IBK), entidade social criada pelo piloto em conjunto com seu amigo Tony Kanaan.

Alexandre Martins venceu o near to the pin do IBK, Alcides Casado ganhou o near to the pin do Hospital Alemão Oswaldo Cruz. Pedro Martins ganhou a competição da Puma e Mario Lima e Silva ganhou uma passagem aérea da TAM Viagens por ter vencido o Champion Near to The Pin. Fernando Moura venceu o Accurate Longest Drive da LG e ganhou um celular Viewty. A próxima etapa do CEG é a da Duke Energy e acontece em 5 de setembro na Quinta da Baroneza.

Fernando Lomonaco, Reinaldo Piscopo, Rubens Barrichello e Paulo Pimentel

Fernando Moura, do Banco Alfa, recebe de Paulo Pimentel o prêmio do Accurate Longest Drive da LG

Mais informações:
Golfe & Cia www.golfecia.com.br
(11) 3814-1547 / 3819-3200

Resultados da etapa

Equipe Campeã: R2 Learning

Reinaldo Piscopo, Rubens Barrichello, Massafumi Wakabayashi e Jonathan Aires

Hcp 0-9		Tacadas
1º	Paul Gruppo Experian	70
2º	Paulo Cabernite System Marketing	80

Hcp 10-18		Tacadas
1º	Rubens Barrichello R2 Learning	70
2º	Alex Sato System Marketing	71

Hcp 19-36		Pontos
1º	Adriano Gomes Sol Meliá	43
2º	Márcio Juruna Damha	42

Patrocínio:

Apoio:

Clínica

Revista Oficial:

Realização:

www.golfecia.com.br

D12Propaganda

“NÃO COMPRAMOS VOLUME DE PRODUÇÃO. COMPRAMOS MARCAS E O QUE ELAS SIGNIFICAM”

MARCEL SACCO, DIRETOR DE MARKETING DA SCHINCARIOL

Como a cervejaria utiliza as pequenas cervejarias especiais adquiridas nos últimos meses para polir sua imagem

O premium da Schin

JOAQUIM CASTANHEIRA

OS BEBEDORES DE CERVEja andam preocupados. Desde o início de 2007, a Schincariol, segunda maior cervejaria do País, arrematou três ícones entre os apreciadores da loira: a Eisenbahn, a Baden-Baden e a Devassa. O temor era de que os novos donos alterassem a fórmula das cervejas para colocá-las no patamar médio do gosto brasileiro – aquele que os fabricantes chamam de leve e suave e os conhecedores classificam como aguado. Meses depois da última aquisição, a Schincariol garante que isso jamais acontecerá. Não por qualquer fator emocional, mas sim por uma clara lógica empresarial. As três marcas premium preencheram uma lacuna no portfólio de marcas da Schincariol e abriram uma porta para a cervejaria chegar aos copos de um consumidor que nunca a viu com muito carinho: as classes A e B, justamente aquelas que consomem cada vez mais as chamadas cervejas especiais. "Não compramos volume de produção. Compramos marcas e o que elas significam", afirma Marcel Sacco, diretor de marketing da Schincariol.

Com as compras, a empresa fincou sua bandeira no pedaço que mais cresce do mercado. **No primeiro semestre de 2008, enquanto o setor apresentou uma expansão de 25%, as vendas de cervejas especiais saltaram 85%, segundo a Nielsen.** A participação dessa categoria no mercado de cerveja, estimado em R$ 25 bilhões, ainda é residual, 0,4%, mas a margem de retorno é três vezes superior à da cerveja tradicional. Hoje, já existem mais de 80 microcervejarias no País, e o ritmo de expansão acompanha o do mercado americano. Lá, a maior fabricante de cervejas artesanais, a Samuel Adams, fatura US$ 300 milhões. "Arrematamos as três marcas mais importantes desse mercado e, ao mesmo tempo, barramos um possível movimento da concorrência", afirma Sacco. Com elas, a Schincariol também reforçou sua presença em três diferentes regiões geográficas: Rio de Janeiro, com a Devassa, São Paulo, com a Baden-Baden, e o Sul, com a Eisenbahn.

Independentemente dos feudos regionais, as três marcas não brigam entre si, afirma Sacco. A Devassa possui DNA tipicamente carioca. "Ela nasceu em boteco, é irreverente até no nome e no slogan 'Um tesão de cerveja'", diz ele. Já a Baden, avalia Sacco, remete à sofisticação, com edições especiais cujas garrafas custam R$ 72, como a Tripel. Seu marketing é voltado para a harmonização gastronômica. A Eisenbahn, por sua vez, tem como apelo sua própria origem: ela foi criada por uma família de Blumenau (SC) que desenvolveu um profundo conhecimento sobre o produto e segue os padrões da Reinheitsgebot, a Lei Alemã da Pureza, que determina o uso de puro malte de cevada, fermento, lúpulo e água na fabricação, sem a utilização de conservantes ou aditivos, o que garante um sabor e aroma acentuados. Juntas, as três marcas somam 27 tipos de cerveja, com preços que vão de R$ 2,90 (a versão Pilsen da Devassa) a R$ 80 (a Lust, da Eisenbahn, elaborada com o mesmo processo do champanhe). De quebra, significaram um passaporte para a Schincariol ingressar em ambientes mais exclusivos, como alguns restaurantes, hotéis e bares mais modernos. "O prestígio dessas grifes permeia toda a empresa", diz Sacco.

DEVASSA: *cerveja de nome "irreverente e espírito carioca"*

A TRIPEL, DA BADEN-BADEN, DE R$ 72: *marca sofisticada*

EISENBAHN: *respeito à Reinheitsgebot, a Lei Alemã da Pureza*

ROBSON REGATO/AG. ISTO É

AP PHOTO/EVAN AGOSTINI

AP PHOTO/JACQUES BRINON

De olho

COM O CRESCIMENTO DA ECONOMIA E COM A DESACELERAÇÃO DO

AP PHOTO/ALASTAIR GRANT

no Brasil

CONSUMO NOS EUA E NA EUROPA, AS GRIFES DESEMBARCAM NO PAÍS

CARLOS SAMBRANA, J. C. GODOY E PRISCILLA PORTUGAL

EM ABRIL DESTE ANO, ERmenegildo Zegna, o CEO da poderosa marca italiana que faturou 843,4 milhões de euros em 2007, desembarcou no Brasil para inaugurar uma loja nos Jardins, bairro nobre de São Paulo, e anunciar que, a partir daquele momento, trabalharia sem intermediários, gerenciando a própria grife no País. Em maio, o badalado estilista americano Tom Ford, aterrissou em São Paulo, para celebrar a abertura de sua primeira loja na América do Sul, na Villa Daslu. Até o fim do ano, o estilista Marc Jacobs, o homem que revolucionou a Louis Vuitton e criou uma marca com o seu nome, visitará o Brasil para inaugurar sua loja própria. Em setembro, Laudomia Pucci, filha do estilista Emilio Pucci, vem ao Brasil para inaugurar a loja da Pucci dentro da Daslu. No

Marc Jacobs (à esq.) inaugura loja em dezembro, Tom Ford aterrissou em maio e Stella McCartney chega em setembro

A italiana Gucci abrirá uma loja com 470 metros quadrados no shopping Iguatemi

AP PHOTO/PETER KRAMER

mesmo mês, Marco Bizarri, o CEO da grife inglesa Stella McCartney, desembarca em terras brasileiras para inaugurar o primeiro ponto da grife dentro da loja paulista NK Store e participar da Atualuxo, conferência sobre negócios voltados para o público AAA. "Estamos empolgados com o fato de chegar ao Brasil com um espaço nosso já no próximo mês", antecipou Marco Bizarri à DINHEIRO. "Também estamos negociando a abertura de uma loja própria." Essas grifes e outras dezenas delas (*acompanhe quadro na página 90*) estão voltando suas atenções para o Brasil cada vez mais. Trata-se de um desembarque silencioso, mas constante. "Sinto que precisávamos ter um relacionamento maior com o cliente brasileiro, por isso resolvemos administrar nossa marca pessoalmente", disse Ermenegildo Zegna à DINHEIRO, em sua recente visita ao País. "Hoje, atuamos em 80 países e estamos crescendo 20% nos países dos BRICs (Brasil, Rússia, Índia e China). O Brasil é um país que está crescendo muito." Tom Ford, em entrevista à Istoé Platinum, decretou: "O Brasil e a América do Sul surgem como mercados importantes para o luxo e continuaremos a acompanhar esse desenvolvimento".

ROBSON REGATO/AG. ISTO É

"Vamos investir R$ 10 milhões no mercado brasileiro em dois anos"

RAFFAELE QUINTO, DIRETOR EXECUTIVO DA ITALIANA BINDA NO BRASIL

As visões de Zegna e Ford revelam dois pontos esclarecedores sobre o mercado nacional e internacional. O primeiro é que a economia brasileira está crescendo e as marcas estão de olho nos indicadores. O segundo é que, pressionadas por lucros e diante de um cenário de desaceleração no consumo na Europa e nos Estados Unidos, as empresas estão buscando novos mercados, como Ásia, Leste da Europa e América Latina. "O Brasil ainda está longe de ser um mercado como a Ásia", diz Carlos Ferreirinha, diretor da MCF Consultoria & Conhecimento. "Mas está amadurecendo aos poucos." Não é à toa que a Devanlay, dona de 35% da francesa Lacoste, decidiu não renovar o acordo de representação com a brasileira Paramount Têxtil para assumir a operação das mais de 50 franquias no Brasil. "A Lacoste posiciona o Brasil como mercado-chave para dar continuidade ao seu crescimento global", diz Ricardo Palmari, diretor-geral da Devanlay Ventures do Brasil. Representantes de outras marcas

Em menos de um ano, a americana Gant abriu três pontos por aqui

ROGÉRIO ALBUQUERQUE/AG. ISTO É

"Viemos com operação própria porque queríamos ter uma relação mais estreita com os brasileiros"

ERMENEGILDO ZEGNA, CEO DA GRIFE ITALIANA QUE LEVA O SEU NOME

também têm a mesma visão sobre o País. É o caso de Kika Rivetti e Tânia Wagner, que inauguraram uma loja da francesa Longchamp, no shopping Cidade Jardim, em maio deste ano. "A vendas estão dobrando a cada mês", diz Kika. "Vamos abrir filiais em Belo Horizonte, Curitiba, Recife, Brasília, Porto Alegre e Rio de Janeiro", adianta Tânia. A americana Gant, que inaugurou sua primeira loja no shopping Crystal, de Curitiba, e depois abriu outras no shopping Cidade Jardim e na rua Bela Cintra, ambas em São Paulo, tem os mesmos planos. "Nos próximos dois anos, vamos inaugurar dez lojas no Rio de Janeiro, em Brasília, Belo Horizonte e São Paulo", revela Andréa Gusmão, diretora de marketing da marca. Ao todo, a grife deverá investir R$ 40 milhões no País. "As lojas no Brasil são os primeiros pontos-de-venda da Gant na América Latina", conta.

O País está se tornando base para as operações das marcas que pretendem invadir os outros mercados do continente sul-americano. A italiana Binda, que produz e distribui jóias e relógios, acaba de fincar bandeira em São Paulo e deve partir para o ataque em breve. "Investiremos R$ 10 milhões nos próximos dois anos", diz Raffaele Quinto, diretor executivo da Binda no Brasil. Parte do dinheiro será destinada à abertura de duas lojas próprias da Breil Milano, uma de suas principais marcas. Há quem discorde que exista um movimento de desembarque de marcas no Brasil. "Em 2005, com a abertura da Daslu, tivemos muito mais operações desembarcando no País", diz Eliana Tranchesi à DINHEIRO. De fato, com a nova Daslu, dezenas de marcas vieram para o País. Mas, agora, elas estão começando a olhar o Brasil como um todo e não apenas para a Daslu. A própria Gucci, trazida ao Brasil por Eliana e que tem uma loja dentro da badalada butique paulistana, vai abrir um ponto-de-venda no shopping Iguatemi, em novembro deste ano. Com 470 metros quadrados, ela oferecerá toda a linha de produtos da marca tanto masculinos como femininos. "O Brasil é um país em rápido crescimento e por isso faz parte dos planos de expansão de negócios da Gucci. Nós também estáva-

Marca francesa abriu sua primeira loja no País em maio deste ano

O DESEMBARQUE DAS MARCAS

CHEGADA /ATERRISSAGEM

MARCA	ORIGEM	OPERAÇÃO
TOM FORD	ESTADOS UNIDOS	Aterrissou em Maio de 2008
GOYARD	FRANÇA	Pousará em Novembro de 2008
JIMMY CHOO	INGLATERRA	Pousará em Setembro de 2008
LONGCHAMP	FRANÇA	Aterrissou em Maio de 2008
STELLA MCCARTNEY	INGLATERRA	Pousará em Setembro de 2008
GUCCI	ITÁLIA	Pousará em Novembro de 2008*
ERMENEGILDO ZEGNA	ITÁLIA	Aterrissou em Abril de 2008*
MARC JACOBS	ESTADOS UNIDOS	Pousará em Dezembro de 2008
MISSONI	ITÁLIA	Pousará em Setembro de 2008
PUCCI	ITÁLIA	Pousará em Setembro de 2008
HERMÈS	FRANÇA	Pousará no início de 2009

* Com operação da própria marca

mos interessados em atingir um público que talvez não fosse alcançado pela Daslu", disse a Gucci por meio de sua assessoria de imprensa. Outras marcas como a francesa Hermès e a Marc Jacobs, ícones do mercado de luxo, também buscarão outros pontos. **A Hermès abrirá uma loja, no início de 2009, no shopping Cidade Jardim, e a Marc Jacobs terá uma loja ao lado da NK Store, da empresária Natalie Klein, que também comandará a Jacobs no Brasil. "A loja em São Paulo será a primeira da América Latina", diz Natalie. "Em dois anos, abriremos outra loja em algum shopping da capital paulista."**

A própria Daslu, que iniciou o processo de importação e trouxe dezenas de renomadas grifes ao País, está apostando na chegada de novas marcas. Além de ter trazido Balenciaga e Tom Ford no primeiro semestre deste ano, ela abrirá uma loja da Pucci, em setembro, e outra da Chanel, no shopping Cidade Jardim, em novembro deste ano. A cereja do bolo, entretanto, é a chegada da francesa Goyard, a exclusivíssima grife de malas usadas pelo estilista Valentino e pela cantora Madonna. "Ela será aberta em novembro deste ano", diz Eliana Tranchesi. "É a primeira loja da Goyard na América Latina." Os produtos da marca são tão artesanais que um funcionário da Daslu viajará à França para aprender como pintar os monogramas que serão gravados nas malas cujos exemplares deverão custar R$ 6 mil. A Daslu também deverá lançar outras 30 novas marcas no País com a abertura do espaço chamado D Market, que será inaugurado em novembro e no qual estarão reunidas 60 grifes para jovens como See by Chloé, Fred Perry, Jasmine de Milo, Juicy Coulture, Valentino Red, entre outras. Em setembro, também trará novas marcas de sapatos como as desejadas Christian Louboutin, Jimmy Choo, Manolo Blahnik, Sergio Rossi e outras 12 grifes que dividirão espaço no ambiente batizado de Shoespace. Ali, cerca de 12,5 mil pares de sapatos femininos farão as mulheres perderem o chão diante de tantas opções. Se isso não pode ser chamado de uma nova invasão das marcas, pode, pelo menos, ser um grande passo rumo ao amadurecimento do mercado.

Em novembro, a exclusiva marca francesa Goyard abrirá uma loja na Villa Daslu, em São Paulo

BEBA COM MODERAÇÃO

VINÍCOLA
SALTON

NAS DEGUSTAÇÕES ÀS CEGAS,
OS BONS APARECEM.

Chile | França | Espanha | Itália | **Brasil** | Argentina

A VINÍCOLA SALTON COLOCA O BRASIL
NO MAPA DOS MELHORES VINHOS DO MUNDO.

OURO · INTERNATIONAL WINE COMPETITION (BRUXELAS – BÉLGICA)
BRONZE · SAN FRANCISCO INTERNATIONAL WINE COMPETITION
PRATA · CONCURSO VINUS 2007 (ARGENTINA)
PRATA · WINE BRASIL AWARDS

WWW.SALTON.COM.BR

A HERDEIRA REBELDE: *em 2004, Margherita fehou um acordo pelo qual herdaria US$ 2 bilhões; no ano passado, ela voltou atrás e deu início ao doloroso processo judicial*

REUTERS

A dama que abala o clã AGNELLI

Herdeira da montadora Fiat briga com os filhos e com a própria mãe pela fortuna do capo Gianni Agnelli, morto em 2003

DANIELLE SANCHES

A ITALIANA MARGHERITA, de 52 anos, era quase uma desconhecida do noticiário internacional. Manteve-se praticamente a vida toda longe dos holofotes. Mas, em maio do ano passado, surgiu como uma avalanche abalando as estruturas da família mais poderosa da Itália: o clã Agnelli, que controla a montadora Fiat, Alpha Romeo, Ferrari, entre outras empresas – um conglomerado que movimentou 58,5 bilhões de euros em 2007. **Margherita, única filha viva de Gianni Agnelli, o lendário capo da Fiat morto em 2003, está revirando as contas da família em busca da verdade. Ela quer saber o real tamanho da fortuna de seu pai, oficialmente estimada entre US$ 3 bilhões e US$ 5 bilhões, e para isso acionou a Justiça italiana.** Motivo: antes de morrer, Agnelli encomendou um testamento aos seus três fiéis conselheiros, Gianluigi Gabetti, Franzo Grande Stevens e Siegfried Maron. O documento foi aberto após a sua morte e a herança foi dividida entre a matriarca da família, Marella Agneli, a própria Margherita e seu neto John Elkann, de 32 anos. Margherita, entretanto, quer ter acesso à lista completa de todos os bens de Agnelli, pois acredita que existe muito mais do que foi divulgado.

Os conselheiros de Agnelli abriram o testamento seis dias após a morte do empresário, vítima de um

REUTERS

O ESCOLHIDO DE AGNELLI: *Indicado pelo avô para ser seu sucessor, John Elkann afirmou estar "decepcionado" com a mãe*

AP PHOTO/ALBERTO RAMELLA

GIANNI AGNELLI: *fundador do Grupo Fiat, ele ajudou a colocar a Itália do pós-guerra entre as cinco maiores economias do mundo*

câncer de próstata aos 81 anos de idade. E, pela divisão feita um mês depois, Agnelli deixava 37% das ações da Dicembre, empresa que controla os negócios da família, para sua filha; 37% para sua esposa, Marella; e 25% das ações ficariam com John Elkann, seu neto e primogênito de Margherita. "Nesse momento, algo completamente fora das regras aconteceu", disse ela à revista *Vanity Fair*. Marella doou suas ações a John, tornando-o majoritário na empresa e deixando Margherita longe dos negócios. Os outros filhos do primeiro casamento de Margherita com Alain Elkann, Lapo, de 30 anos, e Ginevra, de 28 anos, ficaram com uma participação bem menor, e os filhos do segundo casamento com Serge de Pahlen, Maria, de 25 anos; Pietro, de 22 anos; as gêmeas Anna e Sofia, de 19; e Tatiana, de 17, ficaram sem nada. Acreditando que todos deveriam receber tratamento igual, Margherita foi à forra.

MARGHERITA EXIGE NA JUSTIÇA ACESSO IRRESTRITO À LISTA COMPLETA DE TODOS OS BENS DE AGNELLI; A ATITUDE CHOCOU A FAMÍLIA, QUE A CONSIDERA AGORA UMA TRAIDORA

A decisão de levar sua história para a imprensa pôs os membros da família em pé de guerra. "Em 2002, enquanto a empresa quase ia à falência, Margherita só pensava em sua herança", afirma Lupo Rattazzi, sobrinho de Gianni Agnelli e um dos jovens mais respeitados do clã. O filho John mostrou-se profundamente desapontado com a mãe e os irmãos do primeiro casamento de Margherita cortaram relações com ela. O restante da família, incluindo Marella, também rompeu com ela. Segundo a herdeira, todos foram instruídos pelos conselheiros a fazer isso, o que os Agnelli negam veementemente. Em 2004, um ano depois de receber a herança e tentando fazer as pazes, Margherita aceitou um acordo pelo qual vendia suas ações para John e recebia um total de US$ 2 bilhões, entre investimentos e propriedades. Mas a trégua durou pouco tempo. Ao fazer o próprio inventário com seu advogado, Margherita decidiu retomar a questão.

Dirigindo a Fiat, Gianni Agnelli se tornou um dos mais renomados e admirados empresários de seu país, ajudando a levar a Itália do pós-guerra ao seleto grupo das cinco economias mais fortes do mundo. Sua esposa, a princesa napolitana Marella, foi imortalizada como uma das mulheres mais belas de seu tempo pelas lentes do renomado fotógrafo Richard Avedon. Juntos, eles tiveram dois filhos: Edoardo, que nunca atendeu às altas expectativas do pai; e Margherita, a jovem simpática e afável, porém reservada e distante. Ambos os filhos, revela a reportagem da *Vanity Fair*, sofreram com um pai ausente, frio e interessado apenas em suas amantes e negócios. Margherita encontrou no casamento uma forma de manter-se longe; Edoardo tomou o caminho das drogas e suicidou-se. Considerados "os Kennedy da Itália", os Agnelli enxergam Margherita como uma traidora. Para Lupo Rattazzi, a prima, que nunca foi uma figura marcante e sempre aparecia como mãe devotada, achou sentido para sua vida com a briga. "Ela agora encontrou um novo papel para desempenhar: o de guerreira", disse. S

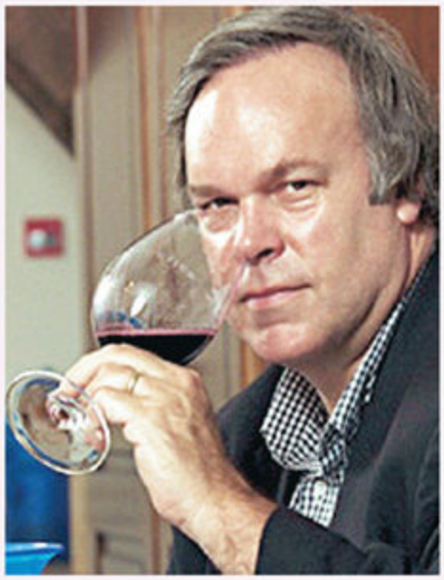
Por Carlos Sambrana

Uma degustação com Robert Parker

Robert Parker é atualmente a maior autoridade no mundo do vinho. À frente da The Wine Advocate, uma espécie de bíblia do setor, ele classifica as safras com pontuações que vão até 100 e tem o poder de influenciar os preços dos vinhos avaliados. Ele é, definitivamente, uma lenda no mundo de Bacco. No dia 23 de outubro, Parker vai comandar uma degustação com os melhores Bordeaux da safra 2005. "Os melhores que já experimentei durante os meus 30 anos de carreira", diz Parker. O evento acontecerá no Vale do Napa, na Califórnia, e parte da renda será doada para o Culinary Institute of America.

Preço por pessoa: US$ 2 mil

www.ciachef.edu



iPod bem guardado

O iPhone está fazendo tanto sucesso em St.Tropez, a badalada cidade freqüentada pelo jet-set internacional, que a marca de artigos em couro Noreve criou uma charmosa capa para o aparelho celular. Confeccionada em couro, ela leva diamantes cravejados e pode ser encontrada em 15 cores diferentes.

Preço: US$ 15 mil

www.noreveusa.com

Bicicleta hi-tech

No próximo dia 21 de agosto, acontece na Bienal do Parque Ibirapuera o Runing Show, o maior evento de artigos esportivos do País. Dentre os produtos que serão apresentados, o destaque fica com a bicicleta suíça Scott Plasma LTD. Produzida em fibra de carbono, ela dispõe do Shock Damping System, sistema de absorção de impacto que proporciona menor desgaste físico ao competidor. Ideal para provas de triatlo, esse modelo é muito usado na prova IronMan, que acontece todos os anos no Havaí.

Preço: R$ 23 mil

Informações pelo telefone (19) 3875-7075.

Nova fragrância

Para comemorar a inauguração de sua primeira flagship na América do Sul, mais precisamente em São Paulo, a grife alemã Montblanc lançou um novo perfume masculino: o Montblanc Homme Exceptional. A fragrância, com toques amadeirados, também possui notas de café. O frasco, com linhas retas, lembra a famosa caneta Meisterstück.

Preço: R$ 289

Informações pelo telefone 0800 772 5500.

Novidade náutica

A americana Lazzara Yachts, fabricante de embarcações de luxo, está revolucionando a maneira como os proprietários de iates observam o mar. O LSX 92, novo barco da empresa, é dotado de uma espécie de porta no meio do casco. Ao baixá-la, o dono do iate pode apreciar a vista no mesmo nível do mar. A embarcação ainda conta com três suítes, sala e cabines para tripulantes.

Preço estimado: US$ 9 milhões

www.lazzarayachts.com

Máquina inglesa

A inglesa Aston Martin mostrou ao mundo uma de suas grandes promessas para 2009: o One-77. O carro superesportivo da montadora tem um design moderno, com linhas arrojadas e um motor portentoso. A máquina atinge 100 km/h em apenas 3,5 segundos e alcança velocidade máxima de 321 km/h. Apenas 77 exemplares serão fabricados.

Preço: US$ 2 milhões

www.astonmartin.com

Ipiranga
Apresentam
BIENAL DO LIVRO
www.bienaldolivrosp.com.br
Não perca, de 14 a 24 de agosto
das 10 às 22h, no Anhembi
Venha para o grande evento cultural da América Latina.
Além de palestras com importantes nomes da literatura, você vai conferir o lançamento de milhares de títulos e também do Livro de Todos, o livro com o maior número de autores da história.
Bilheterias no local: R$ 10,00
Co-patrocínio:
HSBC
Apoio:
VISA
Submarino
Organização:
Francal Feiras
Captação:
motivare
anhembi parque
SÃO PAULO
Cia. Aéreas
TAM
Agência de Turismo
MUST TOUR
Realização:
CBL Câmara Brasileira do Livro
20ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo
2008
Pague com Visa Electron.

CS sai do

RUBENS CHAVES/AG.ISTOÉ

MÁRCIO KROEHN

UM PASSO À FRENTE nunca significou tanto para uma empresa como para a CSU. Ao anunciar o lucro líquido de R$ 2,1 milhões no segundo trimestre, a companhia reverteu um prejuízo de R$ 4,3 milhões no mesmo período do ano passado e completou três trimestres consecutivos no azul. "O mercado financeiro é como São Tomé. Agora apresentamos os resultados", diz o diretor de relações com investidores, Décio Burd. O desabafo estava engasgado desde 2006, quando a companhia de processamento de cartões de crédito, call center, análise de risco e fidelização estreou na Bolsa. As projeções otimistas feitas por analistas na época não se confirmaram e o fracasso na conquista do processamento de cartões de crédito da Caixa Econômica Federal derrubou as ações da CSU. Lançadas a R$ 18, elas derreteram para R$ 4,50 até a terça-feira 12. É uma desvalorização de 75% para quem comprou no IPO. Foi preciso uma chacoalhada interna comandada pessoalmente pelo presidente, Marcos Ribeiro Leite.

O primeiro ato de Leite foi acionar judicialmente a Caixa. O contrato de licitação com o banco público, avaliado em R$ 200 milhões, é considerado o grande vilão da

BURD, DIRETOR DE RI: *"O mercado financeiro é como São Tomé. Agora apresentamos os resultados"*

UA PROCESSADORA DE CARTÕES TEVE TRÊS TRIMESTRES DE LUCROS, DEPOIS DE VÁRIOS PREJUÍZOS. TERÁ SAÍDO DE VEZ DO BURACO?

vermelho

Finanças

CSU. Quando estreou na Bolsa, a companhia alardeou a conquista de colocar dentro de casa os cerca de três milhões de cartões de crédito da Caixa. Era uma das instituições financeiras mais cobiçadas pelos seus concorrentes, EDS e Fidelity. O passo à frente acabou mudando de direção. A CSU investiu R$ 30 milhões em tecnologia para se adaptar ao Projeto Caixa. E passou dois anos batalhando pelo direito de cumprir o contrato de licitação vencido por ela. Os cartões da Caixa nunca entraram na base da CSU e o mercado puniu a promessa da empresa no preço da ação. "Eles apostaram as fichas na Caixa durante muito tempo", diz Daniel Gorayeb, analista da Spinelli Corretora. Agora, a CSU cobra na Justiça o direito de testar o seu sistema no processamento dos cartões e a reparação financeira pelos investimentos realizados. **"A decisão foi dura, mas teve que ser tomada. Existe vida sem a Caixa"**, diz Burd. A empresa conquistou recentemente os cartões Carrefour, Riachuelo, Porto Seguro e Omni Financeira. Em nota, a Caixa diz que também está processando a CSU e aplicou sanções à empresa "pelo descumprimento do contrato".

EMPRESA INVESTIU **R$ 30 MILHÕES** E VENCEU LICITAÇÃO DA CAIXA, MAS NÃO LEVOU E FOI À JUSTIÇA

Além dessa confusão, havia outra pedra incômoda no sapato: a divisão de call center. Em um mercado de margem reduzida e acirrada guerra de preço, uma das áreas de menor rentabilidade chegou a representar 75% da receita da companhia. Para reduzir aos atuais 47% de participação, os contratos sem boa margem financeira e as contas com resultado abaixo do esperado foram cancelados. Essa revisão ajudou os custos a cair 12,4% e permitiu a conquista de novos clientes nos últimos três meses, como TIM, Porto Seguro, Claro, NET, TVA e HSBC. "Essa adequação foi importante para focarmos mais na rentabilidade diferenciada dos meios de pagamento", diz Burd. **A CSU tomou a decisão de apostar no dinheiro de plástico, seu carro-chefe principal.** "O call center estava atrapalhando o crescimento da área de cartões", afirma Gorayeb. No geral, as receitas voltaram a crescer, os custos cederam e o azul voltou ao balanço.

Para provar aos acionistas que mudou de foco e a Caixa faz parte do passado, a CSU participa de 12 licitações para fazer o processamento de cartões. A cautela internamente é grande. Se eles vão ganhar, é impossível saber. Mas se isso acontecer, o passo de Burd vai ser bem maior. $

PREJUÍZOS ASSUSTAM OS INVESTIDORES

Resultado líquido consolidado da CSU (à esq.) e comportamento da ação na Bovespa

*em 12/08/2008

Fonte: Economática

O mundo do esporte e da qualidade de vida em um só local.

A Running Show chega em 2008 à sua 3ª edição, já consagrada como o evento que melhor representa o mercado de corrida, saúde e qualidade de vida, trazendo as maiores empresas desse segmento. Uma feira completa que reúne diversos setores como: calçados e vestuário, nutrição e saúde, fitness e academias, acessórios e produtos eletrônicos, assessorias esportivas, organização de corridas, tecnologia, clínicas e spas, marketing institucional, mídia especializada, natação e ciclismo.

www.runningshow.com.br

realização:

PROMOTRADE FEIRAS E CONGRESSOS

apoio:

Amni actsystem

RÁDIO ELDORADO AM 700 kHz • FM 92,9 MHz

go Outside

SÃO PAULO RUNNING SHOW

ESPORTE • SAÚDE • QUALIDADE DE VIDA

Dinheiro Investidor

FOTO: MURILO CONSTANTINO/PRODUÇÃO: LA BRAGA JUNIOR E JULIANA SCHNEIDER/AGRADECIMENTOS: PUÃS CHAPELARIA E ALFAIATARIA PARAMOUNT/MODELO: ED CARMONEIRO

Chuva de números

A enxurrada de balanços semestrais chega ao fim. Saiba como interpretar os resultados das empresas e usá-los para tomar decisões de investimento

BM&F

Depois de invadir a Bovespa, os investidores individuais descobrem as operações de derivativos de commodities, como o boi gordo e a soja, negociados na Bolsa de Futuros pág. 104

DÓLAR

A moeda americana ganha valor lá fora e no Brasil e reacende a dúvida sobre a vantagem de antecipar a compra de dólares para usar em viagens futuras ao Exterior pág. 106

BOLSA

Na coluna DINHEIRO EM AÇÃO, a reação do mercado aos resultados das companhias aéreas, o IPO da San Antonio e outras notícias que foram destaque nos pregões pág. 108

FUNDOS

A fuga de recursos do Opportunity e os rankings com o desempenho dos mais rentáveis fundos de renda fixa, DI, multimercado, ações e long&short pág. 112

INDICADORES

A queda da inflação em São Paulo, a evolução do câmbio e outros índices macroeconômicos indispensáveis ao seu planejamento financeiro pág. 113

Enxurrada de demonstrações semestrais chega ao final e intriga os investidores: como decifrar tanta informação?

Chuva de balanços

MILTON GAMEZ

A SEGUNDA TEMPORADA de balanços do ano acaba de terminar. Choveram sobre os investidores números e mais números das companhias abertas. Elas tinham até sexta-feira 15 para divulgar suas informações contábeis relativas ao segundo trimestre. Das maiores às menores, todas tiveram de passar pelo ritual de publicação de contas e resultados. Petrobras, Vale, Bradesco, Itaú... – a lista é longa. Agora, muitos acionistas estão debruçados sobre as pilhas de papéis ou diante de arquivos eletrônicos gigantescos. E se perguntam o que fazer com tanta informação. Como digerir tantas cifras e letrinhas miúdas e separar o que realmente interessa saber? Por onde começar?

Primeiro, respire fundo e tome um bom café. Fazer uma boa análise requer tempo, paciência, curiosidade e muita disposição. Para a maioria das pessoas, ler balanços é chato. Chatíssimo. Mas não tem jeito. Pior do que perder tempo analisando os números é perder dinheiro com ações de empresas que dão prejuízo ou apresentam resultados frustrantes. É nos balanços e nas informações que os acompanham – como o relatório da administração, as demonstrações de resultados, as notas explicativas e o parecer dos auditores – que as companhias revelam suas entranhas operacionais, financeiras e tributárias. Não faltam informações valiosas, como receitas e despesas, investimentos e dívidas, lucros ou prejuízos. Olhando os números com lupa e fazendo as contas necessárias, os analistas conseguem detectar tendências, estabelecer relações entre ganhos e perdas e interpretar por que uma determinada empresa está indo bem ou mal em sua atividade. A qualidade da gestão aparece nas entrelinhas.

Balanços bons nem sempre garantem a alta das ações da empresa, mas resultados ruins quase sempre derrubam as cotações, especialmente se forem inesperados. Antes de mergulhar nos números, uma boa estratégia é ir direto ao final, recomenda o consultor Julio Cezar Cardoso, ex-presidente da Ernst & Young na América Latina. O final, no caso, é o parecer dos auditores. São eles que atestam se o balanço é fiel ao momento vivido pela companhia. Se houver ressalvas, atenção. Pode ser sinal de encrenca. "As advertências do auditor são uma exceção, mas ocorrem. Por isso, sempre devem ser lidas primeiro", diz Cardoso. Ele tem razão. A Sabesp, por exemplo, divulgou resultado no dia 8

A SURPRESA
RESSALVA DE R$ 1 BI NO BALANÇO DA SABESP

de agosto com uma ressalva da PricewaterhouseCoopers. Trata-se do ressarcimento dos valores de complementação de aposentadoria dos funcionários, pagos pela companhia, que estão em negociação com o governo paulista. O valor envolvido? Quase R$ 1 bilhão. "Não foi praticável concluirmos sobre os eventuais efeitos relativos ao montante de R$ 963.277 mil a receber em 30 de junho de 2008 do Governo do Estado de São Paulo", diz a Price. O

MURILO CONSTANTINO

BOVESPA

mercado não gostou. Apesar do lucro semestral ter crescido 12,8%, para R$ 664 milhões, muitos investidores venderam suas ações. Nos quatro pregões seguintes, a Sabesp ON caiu 8%, o dobro da queda do Ibovespa.

Há quem prefira começar a análise pelo começo: o relatório da administração. Antes de expor os números do ativo, do passivo e do patrimônio líquido – que compõem o balanço propriamente dito e refletem a riqueza da companhia –, os gestores relembram os fatos mais importantes no período. Comentam o ambiente econômico, questões setoriais e assuntos específicos da empresa, como os investimentos, que irão ajudar a compreender o que vem depois. **"O relatório da administração explica os acontecimentos mais importantes no período e deve ser lido em primeiro lugar"**, recomenda Lucy Sousa, presidente da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec), em São Paulo. Ler as notas explicativas posteriores é outra tarefa importante. "Às vezes, as notas explicativas são melhores do que o próprio balanço para esclarecer as coisas", diz Cardoso.

Se o café tiver acabado ou esfriado, pegue outro. Está na hora de decifrar os números. A primeira análise nas colunas do balanço é fácil de fazer.

ROBSON REGATO/AG. ISTO É

PEREIRA, DA FIA
MERGULHO NOS INDICADORES

Basta comparar a evolução de um período para outro. Quem se impressionou com o lucro líquido da Vale no primeiro semestre – R$ 6,8 bilhões – poderá ter outra idéia do resultado ao ver que, em relação a igual período de 2007, houve uma queda de 37,6%. No caso da Petrobras, o lucro semestral cresceu 43,7%, para R$ 15,7 bilhões. O problema, segundo a Vale, foi a variação cambial, que minguou as receitas com as exportações. Esta lá, nas notas explicativas: "A apreciação do real frente ao dólar americano contribuiu para uma redução de R$ 2,835 bilhões na receita total, frente ao segundo trimestre de 2007".

O uso de planilhas de cálculos é muito útil nas análises subseqüentes que o investidor deve fazer antes de tomar suas decisões. De saída, o gestor de carteiras e professor da Fundação Instituto de Administração (FIA), Leonel Molelo Pereira, costuma fazer quatro tipos de avaliação ao baixar os números dos balanços trimestrais enviados pelas empresas à BM&F Bovespa e à CVM, os chamados ITRs. Ele verifica a liquidez e o capital de giro, as margens, o endividamento e, mais importante, faz o que chama de "análise de mercado", que inclui o cálculo do valor da companhia na Bolsa, entre outros indicadores relevantes para a tomada de decisão. "É possível determinar se as ações estão caras ou baratas em relação às concorrentes do mesmo setor", diz. O modelo de planilha que ele usa pode ser baixado no site www.aleae.com.br. Depois de feita a lição de casa, é hora de olhar para a frente e procurar as notícias que podem interferir no desempenho das empresas. **"O balanço é uma fotografia do passado. O que determina o preço de uma ação é o futuro"**, afirma Carlos Firetti, analista-chefe da Bradesco Corretora.

DANÇA DOS NÚMEROS

Os maiores lucros no primeiro semestre

Empresa	Lucro Líquido (R$ bilhões)	Lucro por ação (R$)	Rentabilidade do PL* (%)	Oscilação da ação** (%)
Petrobras	15,71	1,79	12,1	-24,7
Vale	6,83	1,41	10,6	-31,2
Bradesco	4,10	1,34	12,2	-17,6
Banco Itaú	4,08	1,37	13,5	-11,2
Gerdau	2,74	2,01	16,2	9,0
Itaúsa	1,56	0,40	9,4	-7,0
Unibanco	1,50	0,54	11,8	-19,5
Gerdau Met.	1,25	3,29	15,5	7,3
Telesp	1,12	2,22	10,8	-10,1
Telemar	0,96	4,04	6,5	34,2

*PL = Patrimônio líquido. Rentabilidade no semestre.
**Papel mais líquido, até 12/8/2008.
Fonte: Economática.

independente. Adj. 2 g. 1. Que está livre de qualquer dependência ou sujeição. 2. Que é ou se tornou livre de qualquer laço ou compromisso afetivo, social, moral, etc ; que é o senhor das próprias decisões. 3. Diz-se daquilo que, embora sendo parte de um sistema, não tem ligação ou relação direta com outra(s) parte(s) do mesmo sistema.
Fonte: Dicionário Aurélio
Esta é a principal razão para você ler a revista mais completa do País.
Acesse www.assine3.com.br
e ASSINE ISTOÉ com até 50% de desconto
ISTOÉ
independente
Se preferir, ligue: São Paulo - (11) 3618-4566. Demais Capitais - 4002-7334.
Outras Localidades - 0800-775-0098. De 2ª a 6ª, das 9h00 às 18h00.

"Onde passa um boi..."

Os investidores individuais invadiram primeiro a Bovespa e, com a queda recente das ações, passaram a buscar resultados na BM&F

ANA CLARA COSTA

TODA CRISE É UMA PORTA para a diversificação. Que o digam os investidores do mercado acionário. Se antes a rotina de aplicar em bluechips era garantia de rentabilidade rápida, hoje o cenário mudou. Quem estava acostumado ao céu azul precisa encontrar raios de sol em meio a nuvens carregadas. E o maior deles é um gigante desconhecido pelo pequeno investidor: o pregão da Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM&F), que se fundiu com a Bovespa. Com as commodities ditando os rumos do mercado, muitos buscaram nos contratos de soja, boi gordo, milho e café novas oportunidades de ganhos.

O número de contratos operados por pessoas físicas na BM&F passou de 7,8 milhões em 2006 para 22,3 milhões em 2007, um crescimento de 187% (veja gráfico). Nos sete primeiros meses de 2008, eles negociaram quase tanto quanto no ano passado. Os interessados em aprender também cresceram. No simulador de derivativos da bolsa de futuros, havia 14,7 mil participantes em dezembro de 2007. Em julho passado, o contador apontou 26,5 mil nomes. Dentre os que já estão operando na vida real está o engenheiro carioca Carlos Rizzo.

Há três meses, Rizzo começou a investir em contratos de boi gordo, a commoditiy que mais subiu por aqui. Em janeiro, a arroba do boi gordo no mercado futuro (com vencimento de contrato em agosto de 2008) não passava de R$ 70. Hoje, o mesmo contrato é vendido a R$ 88 por arroba e há perspectivas de alta para o médio prazo. O engenheiro começou a operar na BM&F para diversificar. Ele se empolgou com o fundo Sparta Cíclico, que investe em commodities e acumulou 392% de rentabilidade nos últimos 12 meses. "Vi a rentabilidade desse fundo e resolvi seguir sua posição", explica Rizzo. Há um ano, ele deixou de trabalhar para viver somente do mercado financeiro. Nos três meses em que investiu na BM&F, enquanto o Ibovespa despencou 30%, Rizzo conseguiu ganhos de 10% com as dez operações de boi gordo que executou. "A liquidez dos contratos não é tão boa, mas é um mercado lento e que não tem variação brusca. Dá para acompanhar", diz.

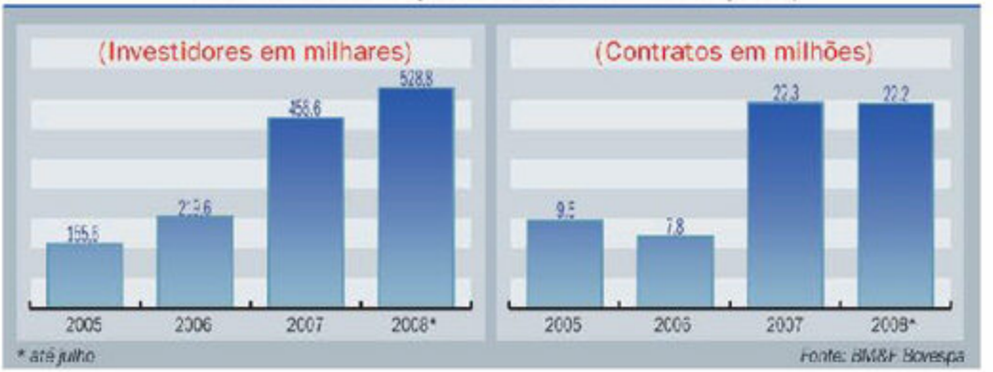
Mas é preciso cuidado. Investir em commodities não é garantia de lucros. "Quem não entrar na ponta certa, corre o risco de se dar mal", adverte Victor Nehmi, gestor do Sparta Cíclico. "Para ganhar dinheiro na BM&F, o investidor tem que se antecipar ao mercado", diz. Se errar a mão, os danos podem ser catastróficos. Para os que desejam arriscar, Nehmi indica três frentes: um curso de operador de mercados futuros, um curso básico de análise gráfica e o estudo constante dos setores nos quais se pretende investir, seja ele de grãos, boi ou metais.

Outra opção menos trabalhosa é investir em fundos de commodities. É o que indica Marcelo Xandó, sócio da gestora Verax. "Não aconselhamos a aplicação direta na BM&F se os investidores não tiverem conhecimento suficiente para isso", diz. Entre os principais fundos, há também o Guepardo FIA. "Tivemos um aumento de 104% no número de clientes em 2008", conta Octávio Magalhães, gestor da Guepardo. O fundo investe prioritariamente em boi gordo e acumula neste ano 22,5% de rentabilidade.

FABRIZIA GRANATIERI

FEBRE DE INVESTIR

Sobe o número de investidores na Bovespa e de contratos de pessoas físicas na BM&F (à dir.)



* até julho

Fonte: BM&F Bovespa

RIZZO, O INVESTIDOR

RENTABILIDADE DE 10% COM BOI GORDO, EM VEZ DE 30% DE PREJUÍZO NA BOVESPA

COMPRAR OU NÃO, eis a questão

O dólar voltou a subir. Se você pretende viajar ao Exterior, prepare-se para fechar o câmbio

SE HÁ POUCO MAIS DE UM ano o dólar a R$ 2 era considerado por muitos uma pechincha, ninguém imaginava que a moeda americana chegaria a R$ 1,55 em 1º de agosto, como aconteceu. Se você aproveitou o preço convidativo e planejou sua viagem de férias ao Exterior, é melhor ficar atento. O dólar subiu 3,66% entre os dias 1º e 12 de agosto (*veja gráfico*). Lá fora, as verdinhas também se valorizaram diante do euro, depois de um longo período de enfraquecimento. Muitos analistas esperam novas altas nos próximos meses. "Com a probabilidade de alta dos juros nos EUA em 2009, é provável que o dólar suba para a faixa de R$ 1,65 a R$ 1,70 até dezembro", afirma Carlos Thadeu de Freitas Gomes, ex-diretor do Banco Central. Mas não perca o sono por isso. **"É apenas um ajuste do mercado. O dólar não vai disparar no curto prazo"**, diz. Pelo sim, pelo não, antecipar a compra de moeda forte para a sua viagem de férias pode ser uma boa idéia. Mesmo que as cotações não voltem a ultrapassar a barreira de R$ 2 por dólar, é possível poupar algumas cifras desde já.

ISABELA, 22 ANOS: *"Não quero correr risco. Vou comprar"*

Esses são os planos da estudante paulista Isabela Oliveira, de 22 anos. Ela já está comprando dólares para a viagem de dois meses que fará aos Estados Unidos em dezembro. Estudante de relações internacionais, ouviu dos professores que havia espaço para a alta da moeda e decidiu tomar precauções. "Não quero correr risco. Vou comprar a maior parte dos dólares agora", conta. "Até mesmo a passagem será comprada antes do previsto", completa. Difícil é acertar na mosca a hora da compra. Segundo o Banco Central, o mercado projeta o dólar a R$ 1,60 em dezembro deste ano e a R$ 1,71 no final de 2009. Uma diferença de R$ 0,10 ou R$ 0,20 pode parecer pequena, mas não se engane. Ao comprar US$ 5 mil a uma taxa de R$ 1,60, economizam-se R$ 500 em relação a uma cotação de R$ 1,70.

A ESCALADA DA MOEDA
Em 12 dias, o dólar teve alta de 3,66%

Fontes: Banco Central/Dólar Ptax

Apesar de incomodar, a oscilação cambial não deverá afugentar os turistas que já planejam suas viagens de verão. É o que afirma Maurício Lima, diretor financeiro da Confidence Corretora de Câmbio. O mercado turístico nunca esteve tão aquecido. "As pessoas não deixarão de viajar. O dólar ainda é muito convidativo para o turista brasileiro", pondera.

Ana Clara Costa

ROGÉRIO LACANNA/AG. ISTOÉ

Chivas Regal

18YO

Aprecie com moderação.

CHIVAS

PAPÉIS AVULSOS

A TAM sobe e a GOL desce

As duas maiores companhias aéreas do País voam em direções opostas na Bolsa. A ação da Gol caiu 1,25% no mês até a quinta-feira 14, ao passo que a da Tam subiu 4,8%. Os resultados de ambas também são discrepantes. A Gol teve prejuízo líquido recorde de R$ 216,8 milhões no segundo trimestre do ano, ante um lucro líquido de R$ 157,1 milhões entre abril e junho de 2007. E a Tam reverteu perdas de R$ 28,6 milhões e fechou com ganhos de R$ 50,2 milhões em igual período. Os céus não são de brigadeiro, dados os altos preços do petróleo. Mas a previsão do tempo é boa, avalia o diretor financeiro e de relações com investidores da Tam, Líbano Miranda Barroso. A frota está mais jovem e a empresa está mais organizada e capitalizada. "A companhia está no melhor momento de sua história, apesar da dificuldade do combustível", afirma. Desde 1° de novembro de 2007, quando o petróleo começou a subir lá fora, os ADRs da Tam caíram 26% em Nova York, bem menos que a média do setor nos EUA (-46%) e menos que as da Gol (-65%), compara Barroso. Ele diz que a empresa está preparada para um barril de petróleo médio de US$ 120 no ano. No primeiro semestre, ficou em US$ 115. Para o analista Caio Dias, da Santander Corretora, ambas as empresas têm muito o que melhorar e ainda sofrem com os problemas de infra-estrutura do setor aéreo no País. Melhor deixar as barbas de molho. "O setor aéreo continua muito arriscado. O investidor deve esperar um pouco mais para tomar sua decisão", recomenda.

> *"A companhia está no melhor momento de sua história"*
>
> **LÍBANO BARROSO,** *diretor financeiro da TAM*

RAIO X

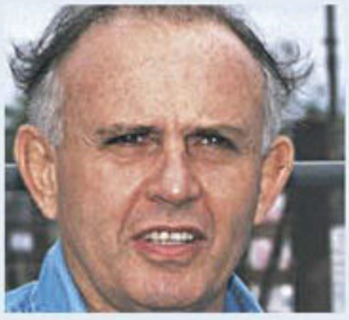
TAM PN (TAMM4)	
Cotação:	R$ 33,55
Oscilação no ano:	-20,21%

GOL PN (GOLL4)	
Cotação:	R$ 15,76
Oscilação no ano:	-63,7%

Fonte: Economática. *Em 14/8/08

DESTAQUE NO PREGÃO

O pé direito da Vulcabrás



O setor calçadista reclama da taxa de câmbio. Nos sete primeiros meses de 2008, houve um aumento de 65% da importação de calçados chineses. Apesar da situação adversa, Pedro Grendene está com o pé direito nos negócios. O presidente do Conselho de Administração da Vulcabras apresentou um faturamento de R$ 954 milhões no primeiro semestre, um crescimento de 270% sobre igual período de 2007. O desempenho pode ser explicado pelas aquisições de Azaléia e Indular em 2007. Na Bolsa, as ações da Vulcabras têm baixa negociação, mas acumulam alta de 6,2% no ano, até a quinta-feira 14. Alpargatas e Grendene amargam baixas de 24,8% e 21,7%, respectivamente.

BANCO ABC

O futuro dos bancos médios

A abundância de crédito teve participação relevante no crescimento dos grandes bancos nos últimos dois anos. Para os bancos médios, os empréstimos foram fundamentais. O ABC Brasil, chefiado por Tito Henrique da Silva Neto, aumentou 84,7% seu lucro líquido (R$ 81,4 milhões) no primeiro semestre. Mas os efeitos da subida dos juros já mudaram as projeções do banco. O crescimento esperado para o crédito às empresas médias foi reduzido de 110% no ano para 60% a 80%. O do consignado passou de 250% para 220%. "O futuro do crédito vai separar o joio do trigo entre os bancos médios em 2009", diz André Segadilha, gerente de análise da Prosper Corretora. O ABC tem outro desafio: acelerar a expansão da rede de agências, que está atrasada. A ação PN caiu 6% no mês, até a quarta-feira 15.

VEDETES DA SEMANA

AÇÃO	SETOR	%
Sondotecnica PNB	Industrial	16,67
Banrisul PNA	Financeiro	12,54
Mendes Jr. PNB	Imobiliário	11,14
Aracruz ON N1	Papel e Celulose	9,90
Coelba PNA	Saneamento	9,52

MICOS DA SEMANA

AÇÃO	SETOR	%
Abyara ON NM	Imobiliário	-19,59
MMX Miner. ON NM	Mineração	-20,66
Constr. Tenda ON NM	Imobiliário	-27,50
Celpa PNB	Saneamento	-35,50
Nadir Figuei. PN	Industrial	-46,12

Fonte: *Austin Rating* * De 1 a 13 de agosto

AS 10 MAIS DO IBOVESPA

AÇÃO	COTAÇÃO*	% MÊS	% ANO	% 12 MESES	P/L
Petrobras	33,44	-6,9	-23,9	51,0	11,2
Vale PNA	36,51	-10,6	-27,4	12,6	11,1
Bradesco PN	30,75	-7,2	-16,7	15,4	11,5
Itaubanco PN	31,8	-5,0	-10,7	12,5	11,1
Gerdau PN	29,17	-15,0	13,5	58,6	7,9
Usiminas PNA	56	-18,8	4,0	35,9	8,5
Unibanco UnN1	19,8	-4,8	-16,9	14,4	7,9
Vale ON	42,2	-10,9	-28,3	9,2	12,8
Sid Nacional ON	54,19	-11,6	5,7	96,2	14,2
Itausa	9,69	-6,0	-6,6	6,7	10,4

Fonte: *Economática* * 14/08/08

Por Milton Gamez

miltongamez@revistadinheiro.com.br

PALAVRA DE ANALISTA

O aumento dos juros para conter a inflação atinge diretamente a venda de peças de vestuário. Em 2009, elas podem perder terreno na disputa com a alimentação e os financiamentos imobiliário e de automóveis. Além disso, o dólar facilita a entrada de produtos asiáticos. No segundo semestre, as empresas têxteis farão a revisão dos investimentos para o próximo ano. "O setor precisa torcer para a renda continuar em alta", diz Peter Ho, analista da Planner Corretora. Para a Vulcabras, a falta de liquidez é um dos grandes problemas: qualquer movimento no papel provoca fortes altas ou bruscas quedas. "O investidor prefere não se arriscar e buscar ações mais líquidas".

QUEM VEM LÁ

San Antonio e LocarAlpha entram na fila

A San Antonio, empresa controlada pela GP Investments, prepara-se para lançar ações na BM&F Bovespa. Com sede nas Bermudas e com 50% dos negócios na Argentina, a San Antonio é uma prestadora de serviços relacionados à exploração de petróleo e gás na América Latina. A GP, co-presidida por Antonio Carlos Bonchristiano e Fersen Lamas Lambranho, protocolou o prospecto dos BDRs (recibos de ações custodiadas no Exterior) na Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Outra que se prepara para estrear na Bolsa é a LocarAlpha. O IPO (oferta pública inicial) da locadora de veículos será destinado apenas a investidores qualificados. A porta de entrada será o segmento de listagem Bovespa Mais.

FIQUE DE OLHO: as empresas estrangeiras negociadas por meio de BDRs não são submetidas à fiscalização da CVM. Por enquanto, em caso de problemas as queixas dos investidores têm de ser feitas lá fora. A BM&F Bovespa estuda a criação de uma Câmara de Arbitragem específica para os BDRs.

TOURO X URSO

O que pode estimular a alta das ações nesta semana? Dados sobre a inflação no País são candidatos a animar o touro, caso confirmem tendências de queda nos aumentos de preços. Na segunda 18, saem o IGP-10 e o IPC-S da FGV. A pesquisa Focus do BC, no mesmo dia, pode sinalizar a expectativa do mercado. Na quarta, a FGV divulga o IGP-M (segundo decênio). O IPCA-15 do IBGE, referente a agosto, sai na sexta.

Os estrangeiros têm uma participação relevante nos negócios na BM&F Bovespa. Por isso, nesta semana a pata pesada do urso pode vir junto com os índices do mercado imobiliário, da inflação e da atividade econômica nos Estados Unidos. Serão vários indicadores entre segunda e sexta. Dentre eles, dados da construção civil, imóveis novos em construção, refinanciamento de hipotecas e pedidos de auxílio desemprego.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Para não perder o fôlego na montanha-russa da Bolsa, o investidor deve participar das assembléias de acionistas. É uma excelente oportunidade para conhecer os sócios e administradores e questionar as estratégias da empresa. A última assembléia do Parque Hopi Hari foi cancelada por falta de quorum. Onde foram parar os acionistas? Aguardem nova convocação.

TERMÔMETRO DO MERCADO

O IBOVESPA EM UM ANO	PONTOS
Ibovespa	55.138*
Máxima	73.920
Mínima	46.876

Fonte: *Economática* * *Até 14/08/08*

BOLSA NO MUNDO

13/08/2008		COTAÇÃO (MOEDA LOCAL)				VARIAÇÃO (US$)	
MERCADO	ÍNDICE	PONTOS	% MÊS	% ANO	% 12 M.	% MÊS	% ANO
Brasil	Ibovespa	54.573	-8,29%	-14,58%	4,08%	-11,51%	-6,66%
Brasil	IBrX	17.739	-8,40%	-17,62%	3,63%	-11,62%	-9,99%
Brasil	ISE*	1.716	0,43%	-14,67%	6,85%	-10,99%	-6,76%
EUA	Dow Jones	11.533	1,36%	-4,67%	-12,87%	1,36%	-13,06%
EUA	Nasdaq	2.429	4,43%	-8,43%	-4,47%	4,43%	-8,43%
Japão	Nikkei	13.023	-2,65%	-14,93%	-22,48%	-4,10%	-13,10%
China	CSI 300	2.568	-11,81%	-51,90%	-45,61%	-12,07%	-48,77%
Alemanha	DAX 30	6.422	-0,89%	-20,39%	-14,08%	3,51%	-21,52%
França	CAC 40	4.403	0,24%	-21,57%	-20,94%	4,68%	-22,68%
Reino Unido	UKX	5.449	0,68%	-15,62%	-12,39%	5,14%	-16,81%

Fonte: *Austin Rating* / * *Economática*

DESEMPENHO DAS EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA

MELHOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Petróleo e Gás	-11,64	89,09
Siderúrgico	-12,58	56,49
Energia e Saneamento	-8,37	18,64
Telecomunicações	-1,05	4,08
Financeiro	-15,63	2,86

PIOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Papel e Celulose	-12,12	-10,31
Tecnologia e Internet	5,15	-11,32
Imobiliário e Construção	2,34	-18,08
Industrial	-8,21	-18,35
Transportes	5,77	-30,17

Fonte: *Austin Rating*

MERCADO EM NÚMEROS

BOLSA
R$ 476,6 milhões
foi o lucro líquido ajustado da BM&F Bovespa no primeiro semestre.

LOJAS AMERICANAS
R$ 9 milhões
foi o prejuízo líquido das Lojas Americanas de janeiro a junho. O resultado caiu 146,4% em relação ao mesmo período do ano passado.

INPAR
R$ 450 milhões
é o valor que será investido pela InPar e pela americana Tishman Speyer na joint venture que construirá 1,2 mil unidades na zona oeste de São Paulo.

LOCALIZA
R$ 600 milhões
é quanto a Localiza pretende captar com o lançamento de debêntures simples, não conversíveis em ações.

ELETROBRAS
R$ 984,4 milhões
foi o lucro líquido da Eletrobrás no primeiro semestre.

POSITIVO INFORMÁTICA
R$ 25,9 milhões
em dividendos e juros sobre o capital próprio a Positivo Informática irá distribuir aos acionistas.

CPFL
R$ 8,10
é o valor do dividendo que os acionistas preferenciais das classes A, B e C receberão da CPFL. As ações ordinárias terão direto a R$ 7,36.

ULTRAPAR
R$ 1,1 bilhão
é o valor que a Ultrapar irá desembolsar para comprar a Texaco.

ERRATA

O nome correto do ex-presidente da Ernst & Young, entrevistado na reportagem das págs. 100 a 102, é Julio Sergio Cardozo.

PERSONAGEM

Bolsa não é cassino

"Você não joga na Bolsa, você investe"

KAKÁ, *atacante do Milan*

O investidor Ricardo Izecson dos Santos Leite, mais conhecido como Kaká, é a nova estrela da campanha de marketing do WinTrade, o home broker da Alpes Corretora. Será que o atacante do Milan, eleito melhor jogador do mundo em 2007, tem tempo de investir em ações? Ele garante que sim.

DINHEIRO – Quanto do seu patrimônio financeiro vai para a Bolsa?
Kaká – 20%. Invisto com muita frequência nos mercados brasileiro, europeu e americano.

DINHEIRO – Qual foi seu melhor investimento?
Kaká – Minha carreira.

DINHEIRO – E o pior?
Kaká – Uma ação italiana.

DINHEIRO – Como vê o mercado de ações?
Kaká – É uma grande oportunidade de fazer negócios e ter informações sobre muitos assuntos. Aprendi muito sobre economia e política depois que comecei a operar, há uns três anos. Gostaria de ter aprendido antes, mas tinha uma barreira: sempre ouvi que era perigoso. Comecei com amigos e nunca mais parei.

DINHEIRO – Como um investidor deve lidar com o risco das ações?
Kaká – Isso é normal. O importante é saber comprar, não se empolgar, (*ir*) aos poucos aprendendo alguns segredos. O mais importante é não achar que Bolsa é cassino. Você não joga na Bolsa, você investe na Bolsa.

DINHEIRO – As Bolsas têm caído e muitos novatos estão assustados.
Kaká – Em um momento como este, é muito importante ter paciência e esperar, acompanhar o mercado, buscar informações e ficar atento para as oportunidades.

DINHEIRO – Num mercado tão globalizado, não é arriscado demais investir em ações?
Kaká – Não. Depende sempre do que você espera. É arriscado para alguém que compra achando que vai ganhar muito amanhã. Eu espero que meus filhos vendam as ações que eu tenho comprado. O mercado brasileiro só tem a crescer.

DINHEIRO – Quais empresas admira?
Kaká – Admiro Petrobras, Vale, Usiminas, CSN, Bradesco, Itaú e AmBev. São empresas sólidas. Pode ter o momento ruim do mercado, só que, mais cedo ou mais tarde, elas irão aparecer com boas notícias e resultados, pois têm fundamento sólido.

DINHEIRO – Quem é seu ídolo dentre os grandes investidores?
Kaká – Warren Buffett.

DINHEIRO – Teme os efeitos de uma recessão nos EUA?
Kaká – Sinceramente, não temo, sou otimista. Hoje o mundo passa por uma crise, como já houve outras.

DINHEIRO – Conhece outros jogadores que investem em ações?
Kaká – Aqui na Itália é muito comum. No meu time, troco informações com o Dida e o Serginho.

PELO MUNDO

ECOS DO SUBPRIME

O banco americano Merrill Lynch rebaixou a recomendação das ações de quatro grandes instituições financeiras que apresentaram prejuízos nos últimos trimestres com a crise do subprime. Goldman Sachs, Lehman Brothers e Citigroup, comandando por Vikram Pandit, foram classificados como papéis de baixa performance. O Morgan Stanley recebeu a indicação neutra.

TEMPESTADE NO ING

A seguradora ING no Canadá divulgou um lucro 42% menor no segundo trimestre e suas ações caíram 2% na Bolsa de Toronto na quarta-feira 13. Um dos principais fatores que prejudicaram o desempenho da empresa no período foi a severa condição climática.

WARNER EM BAIXA

Os preços das ações da Warner Music Group estão subvalorizados e ganharam uma forcinha de seus executivos para ganhar liquidez. Depois do CEO, Edgar Bronfman, vender há algumas semanas uma parcela de suas ações, o diretor da gravadora Lyor Cohen negociou 800 mil papéis da Warner na semana passada. O total equivale a 23% da carteira dele, que ainda tem 2,6 milhões de papéis. Ele arrecadou US$ 6,8 milhões.

CONSÓRCIO VENDE ATIVOS

Os ativos de private equity do ABN Amro, comprado pelo consórcio de bancos Santander, Fortis e RBS, foram vendidos para o banco de investimentos Goldman Sachs por US$ 1,5 bilhão. O acordo inclui 32 companhias européias e US$ 450 milhões para ser investido em novas participações em empresas.

Colaborou Márcio Kroehn

AVISO – Esta seção tem caráter meramente informativo e seu conteúdo não deve ser interpretado como recomendação de investimentos. A revista DINHEIRO não se responsabiliza por decisões de investimento tomadas por seus leitores. O autor é investidor em ações e detém papéis das seguintes empresas: Vale, Petrobras, Usiminas, Bovespa, BM&F, Bradesco e Itaú.

BDO

BDO Trevisan

25 ANOS Trevisan

Cuidamos da sustentabilidade
de negócios em mais de 100 países.

Uma empresa que conhece cada pedaço do Brasil e de mais 111 países.

AUDITORIA
Por meio da nossa estrutura internacional – quinta maior do mundo no setor –, compartilhamos informações globalmente, aumentando o grau de segurança e transparência nas operações.

ADVISORY SERVICES
Nessa área, combinamos talento, experiência e uma equipe especializada que oferece soluções em gestão empresarial, finanças corporativas e no gerenciamento e redução de riscos.

TRIBUTOS
Uma equipe competente no entendimento e na aplicação da complexa legislação fiscal brasileira assessora a sua empresa no gerenciamento de uma das maiores cargas tributárias do mundo.

SUSTENTABILIDADE
Líder em auditoria de relatórios de responsabilidade social e sustentabilidade, a BDO Trevisan conta com consultores especializados, que identificam o melhor plano de sustentabilidade para a sua empresa, segundo os grupos de interesse e os aspectos socioambientais locais.

Escritórios da BDO Trevisan:

São Paulo • SP • Belém • PA • Belo Horizonte • MG • Brasília • DF • Campinas • SP • Campo Grande • MS • Curitiba • PR • Florianópolis • SC • Goiânia • GO • Londrina • PR • Porto Alegre • RS • Ribeirão Preto • SP • Rio de Janeiro • RJ • Salvador • BA • São José dos Campos • SP

A BDO International é uma rede de empresas de auditoria denominadas firmas-membro BDO. Cada firma-membro é uma entidade juridicamente independente em seu próprio país. A BDO Trevisan é firma-membro da rede BDO International desde 2004.

Auditoria
Advisory
Tributos
Sustentabilidade

(11) 3138 5314
relacionamento@bdotrevisan.com.br
www.bdotrevisan.com.br

NOTAS

A MÃO DO OPPORTUNITY

Não bastasse os resgates nas cotas de seus fundos provocados pela Operação Satiagraha, o Opportunity, de Daniel Dantas e Dorio Ferman, não tem conseguido acertar a mão em sua estratégia nos últimos meses. O multimercado Opportunity Midi 90 FIC fechou com baixas de 12,5% em junho e de 7,8% em julho. Nos 12 primeiros dias de agosto, as perdas são de 23,1%. Entretanto, a gordura de rentabilidade acumulada em um ano deixa o fundo entre os mais rentáveis na sua categoria (*veja tabela ao lado*). O pagamento de resgate desse fundo ocorre em D+90.

XERIFE DOS FUNDOS

A Anbid divulgou o balanço da sua atuação como auto-regulamentadora do setor no primeiro semestre. Foram analisados 251 prospectos de fundos e enviadas 37 cartas de advertência para os gestores, um aumento de 60,8% sobre o mesmo período do ano passado. As multas caíram 77,4%. Foram cometidas 21 infrações.

AÇÕES EM QUEDA

Os fundos de ação estão em queda de 14,8% no ano, acompanhando a baixa de 13,8% do Ibovespa. Telecomunicações, com –24,7%, e privatização-Vale, com –18,8%, são os mais penalizados. Em 12 meses, os gestores ainda guardam os bons resultados anteriores para continuar com a rentabilidade no azul. O Quest Ações tem retorno de 13,9% no período de um ano. A gestora de Luiz Carlos Mendonça de Barros, porém, está devendo em 2008: este fundo está 10% no vermelho.

Por Márcio Kroehn

Material elaborado pela gestora independente TAG Investimentos.

TAG INVESTIMENTOS
www.taginvest.com.br

FUNDOS DE INVESTIMENTO MAIS RENTÁVEIS

RENDA FIXA	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	%CDI MÊS	%CDI ANO	%CDI 12 MESES	TX. ADM. (% ANO)	APLIC. MÍN. (R$ MILHARES)	PL (R$ MILHÕES)
Mapfre Soberano FI RF IGP-M	0,44%	13,24%	22,53%	131,52%	192,66%	199,98%	0,12%	-	68,33
Mercatto Top Qual. FI RF Créd. Priv. LP	0,36%	7,38%	12,31%	108,12%	107,47%	109,27%	0,50%	100	39,64
HSBC Performance FI RF Créd. Priv. LP	0,35%	7,05%	11,61%	103,08%	102,64%	103,06%	0,40%	300	2.310,43
UBS Pactual Cap. Markets ºRF Créd. Priv.	0,34%	6,93%	11,44%	102,28%	100,84%	101,52%	0,25%	25	2.259,16
Itaú Perfix FI RF	0,34%	6,91%	11,38%	101,17%	100,60%	101,05%	0,28%	-	1.681,51
Unibanco Private Active FIX RF Créd. Priv.	0,34%	6,82%	11,30%	101,88%	99,23%	100,27%	0,35%	300	1.705,03
Votorantim Vintage FI RF Créd. Priv.	0,35%	6,82%	11,29%	102,92%	99,22%	100,26%	0,35%	50	2.277,73
SulAmérica Excellence FI RF Créd. Priv.	0,35%	6,85%	11,27%	103,20%	99,68%	100,00%	0,50%	25	211,68
DI	**MÊS***	**ANO**	**ÚLTIMOS 12 MESES**	**%CDI MÊS**	**%CDI ANO**	**%CDI 12 MESES**	**TX ADM. (% ANO)**	**APLIC. MÍN. (R$ MILHARES)**	**PL (R$ MILHÕES)**
UBS Pactual Yield FI Ref. DI Créd. Priv.	0,34%	6,89%	11,34%	102,31%	100,30%	100,64%	0,30%	3	5.018,69
Western Asset FI Ref. DI	0,34%	6,86%	11,29%	100,64%	99,85%	100,24%	0,00%	-	3.358,15
Banif Nitor FI Ref. DI	0,34%	6,87%	11,28%	101,22%	99,93%	100,12%	0,30%	5	116,89
Bradesco Premium FI Ref. DI	0,34%	6,83%	11,22%	100,12%	99,44%	99,58%	0,20%	1.000	2.261,71
Mapfre Plus FIC Ref. DI	0,32%	6,86%	11,21%	94,27%	99,92%	99,51%	0,45%	30	6,13
Itaú Soberano FI Ref. DI LP	0,33%	6,84%	11,21%	99,09%	99,61%	99,51%	0,15%	10	3.077,13
Santander Títulos Públicos FIC Ref. DI	0,32%	6,70%	11,00%	94,58%	97,49%	97,62%	0,30%	300	1.523,31
Safra Market FIC Ref. DI Créd. Priv.	0,34%	6,63%	10,98%	99,55%	96,56%	97,46%	0,60%	400	1.306,60
MULTIMERCADO C/ RENDA VARIÁVEL	**MÊS***	**ANO**	**ÚLTIMOS 12 MESES**	**%CDI MÊS**	**%CDI ANO**	**%CDI 12 MESES**	**TX ADM. (% ANO)**	**APLIC. MÍN. (R$ MILHARES)**	**PL (R$ MILHÕES)**
Sparta Cíclico FI Mult.	-3,21%	129,27%	371,40%	-952,31%	1881,65%	3296,86%	4,00%	10	51,34
Opportunity MIDI 90 FIC Mult.	-23,13%	3,56%	45,31%	-6869,45%	51,80%	402,23%	4,00%	50	102,00
Teórica FI Mult.	-0,40%	15,23%	33,50%	-117,49%	221,74%	297,40%	2,00%	5	3,71
Unibanco Equity Hedge FI Mult.	-0,82%	16,53%	27,84%	-242,27%	240,59%	247,16%	2,00%	10	107,21
Modal Eagle 60 FI Mult.	-0,33%	10,45%	21,25%	-98,49%	152,10%	188,60%	2,00%	50	43,76
Mapfre Inversión FI Mult.	0,75%	12,14%	19,21%	222,87%	176,69%	170,53%	1,20%	0,2	56,22
Itaú Hedge FI Mult.	0,28%	12,71%	19,15%	82,41%	184,98%	169,99%	2,00%	50	120,59
Principia Hedge Plus FI Mult.	0,33%	9,34%	18,61%	97,62%	135,98%	165,20%	2,00%	20	43,66
MULTIMERCADO S/ RENDA VARIÁVEL	**MÊS***	**ANO**	**ÚLTIMOS 12 MESES**	**%CDI MÊS**	**%CDI ANO**	**%CDI 12 MESES**	**TX ADM. (% ANO)**	**APLIC. MÍN. (R$ MILHARES)**	**PL (R$ MILHÕES)**
IB Performance FIX FI Mult.	0,41%	7,83%	12,67%	123,18%	114,02%	112,46%	0,50%	-	30,29
Banif Nitor Portfólio FI Mult. Créd. Priv.	0,37%	7,52%	12,45%	108,55%	109,41%	110,55%	0,50%	1.000	46,26
Unibanco Active FIX 2 FI Mult. Créd. Priv.	0,34%	6,86%	11,35%	101,54%	99,82%	100,75%	0,35%	300	357,71
Santander Performance FI Mult.	0,26%	6,86%	11,28%	76,38%	99,91%	100,15%	0,18%	250	1.061,44
Bradesco Plus I FI Mult.	0,30%	6,68%	11,04%	89,96%	97,20%	97,97%	0,50%	250	280,95
Credit Suisse Portfólio Plus FI Mult. LP	0,17%	6,56%	10,96%	49,99%	95,51%	97,25%	1,00%	5	1.349,61
Votorantim Eagle FI Mult. Créd. Priv.	0,36%	6,69%	10,81%	106,43%	97,41%	95,94%	0,50%	25	63,10
HSBC Termo FI Mult. LP	0,33%	6,75%	10,71%	96,78%	98,25%	95,10%	0,25%	-	233,32
AÇÕES	**MÊS***	**ANO**	**ÚLTIMOS 12 MESES**	**SPREAD MÊS**	**SPREAD ANO**	**SPREAD 12 MESES**	**TX ADM. (% ANO)**	**APLIC. MÍN. (R$ MILHARES)**	**PL (R$ MILHÕES)**
Humaitá Value FI Ações	-6,08%	7,19%	28,13%	1,96%	21,53%	24,18%	2,00%	5	25,93
GWI FI Ações	-11,01%	-4,15%	25,53%	-2,97%	10,20%	21,58%	1,50%	250	288,12
Polo FI Ações	-0,18%	14,82%	24,38%	7,87%	29,16%	20,42%	2,00%	-	363,35
Galleas Partners I FI Ações	-5,54%	11,98%	24,03%	2,50%	26,33%	20,08%	2,00%	50	134,97
Guepardo Ações FI Ações	-4,44%	5,38%	16,85%	3,60%	19,73%	12,89%	2,00%	20	1,42
Quest Ações FI Ações	-5,06%	-10,04%	13,96%	2,98%	4,31%	10,01%	2,00%	50	97,83
Kondor FI Ações	-6,27%	-0,48%	13,49%	1,77%	13,87%	9,53%	2,00%	10	1,78
COX FI Ações	-2,95%	9,16%	12,45%	5,09%	23,50%	8,50%	2,00%	100	38,99
LONG & SHORT	**MÊS***	**ANO**	**ÚLTIMOS 12 MESES**	**%CDI MÊS**	**%CDI ANO**	**%CDI 12 MESES**	**TX ADM. (% ANO)**	**APLIC. MÍN. (R$ MILHARES)**	**PL (R$ MILHÕES)**
Pátria Equity Long & Short FI Mult.	0,76%	9,28%	15,46%	226,16%	135,02%	137,26%	2,00%	20	11,91
BRZ Long Short Advanced FI Mult.	0,08%	9,15%	13,95%	22,85%	133,14%	123,82%	2,00%	20	78,42
Schroder Brasil Long Short FI Mult.	0,07%	7,76%	13,78%	21,05%	112,98%	122,35%	2,00%	50	169,47
Unifund Arbitragem Plus FIC Mult.	-0,24%	9,73%	11,56%	-72,66%	141,56%	102,61%	2,00%	50	54,58
Safra Equity Hedge FI Mult.	1,05%	8,10%	11,22%	312,34%	117,91%	99,58%	2,00%	50	42,67
Bradesco Long Short FI Mult.	-0,74%	4,31%	11,15%	-220,07%	62,75%	98,95%	2,00%	25	281,10
Modal Arbitragem Phoenix FI Mult.	0,01%	5,38%	11,11%	3,82%	78,32%	98,66%	1,50%	10	40,38
Legg Mason Long & Short FI Mult.	0,00%	6,14%	10,83%	1,18%	89,39%	96,16%	0,00%	-	159,19

OBS: PL = Patrimônio Líquido médio dos últimos 12 meses; *Até 12 de agosto de 2008

Fonte: Anbid/CVM/Quantum Axis

INDICADORES ECONÔMICOS

CRESCIMENTO	1º TRI/08	4º TRI/07	3º TRI/07	2º TRI/07	2007
PIB (dessaz.)	0,70%	1,60%	1,80%	1,54%	5,4%
PIB em US$ bilhões *	1.420,5	1.313,7	1.228,6	1.166,6	1.313,7

ATIVIDADE (%)	JUN/08	MAI/08	ABR/08	MAR/08	ANO
Produção Industrial (IBGE)	6,30%	6,20%	7,30%	6,60%	6,70%
Volume de vendas no varejo (IBGE)	8,20%	11,10%	8,70%	11,00%	10,60%
Taxa de desemprego (IBGE)	7,8%	7,9%	8,5%	8,6%	-
Utilização da capacidade instalada (CNI)	83,3%	82,5%	83,0%	83,0%	-

INADIMPLÊNCIA [3]	JUN/08	MAI/08	ABR/08	MAR/08	ANO
Pessoa Física até 90 dias	6,4%	6,7%	6,7%	6,8%	6,52%
Pessoa F. acima de 90 dias	7,0%	7,4%	7,1%	6,9%	7,10%
Pessoa Jurídica até 90 dias	1,2%	1,3%	1,2%	1,4%	1,28%
Pessoa J. acima de 90 dias	1,7%	1,8%	1,8%	1,8%	1,85%

CONTAS PÚBLICAS (PIB%)	JUL/07 A JUN/08	JUN/07 A MAI/08	MAI/07 A ABR/08	ABR/07 A MAR/08	MAR/07 A FEV/08
Resultado Nominal	1,94%	1,72%	1,91%	1,65%	2,07%
Resultado Primário	-4,27%	-4,34%	-4,24%	-4,47%	-4,18%

	JUN/08	MAI/08	ABR/08	2007	2006
Dívida líquida do setor público	40,40%	40,63%	40,91%	42,67%	44,72%
Dívida líquida interna	49,38%	49,80%	50,37%	51,68%	47,38%
Dívida líquida externa	-8,98%	-9,17%	-9,46%	-9,00%	-2,66%

CONTAS EXTERNAS (US$ BI)	JUN/08	MAI/08	ABR/08	MAR/08	ANO
Investimento direto estrangeiro	2,7	1,3	3,8	3,0	16,7
Exportações	18,5	19,3	14,0	12,6	90,6
Importações	15,8	15,2	12,3	11,6	79,2
Saldo comercial	2,7	4,0	1,7	1,0	11,3
Saldo em transações correntes	-2,6	-0,7	-3,3	-4,4	-17,4
Reservas internacionais líquidas	200,8	197,9	195,7	195,2	195,7
Dívida externa total	205,2	202,9	201,6	202,6	202,9

Fonte: Banco Central

1 Acumulado em 12 meses. – **2** Em relação ao mesmo período do ano anterior.
3 Em proporção do volume de crédito concedido. – **4** Necessidades de financiamento.

PRINCIPAIS ÍNDICES

INFLAÇÃO	JUL/08	JUN/08	MAI/08	ANO	12 MESES
IPC - Fipe	0,45%	0,96%	1,23%	4,27%	6,03%
IGP-M (FGV)	1,76%	1,98%	1,61%	8,71%	15,12%
IGP-DI (FGV)	1,12%	1,89%	1,88%	8,35%	14,81%
IPCA (IBGE)	0,53%	0,74%	0,79%	4,74%	6,37%
IPCA - núcleo MM suavizado	0,36%	0,49%	0,50%	2,90%	4,90%

JUROS/APLICAÇÃO (EM %)	JUL/08	JUN/08	MAI/08	ANO	12 MESES
CDI	1,06%	0,95%	0,87%	6,50%	11,27%
TR	0,19%	0,11%	0,07%	0,64%	1,07%
Poupança	0,69%	0,62%	0,57%	4,24%	7,41%
TJLP	0,51%	0,51%	0,51%	3,62%	6,25%
Swap PRExDI (30 dias) *	1,04%	0,96%	0,89%	6,46%	11,02%

* Dados disponíveis no Bacen até 01/08

CÂMBIO/PETRÓLEO	5/8/2008	MÊS	ANO	12 MESES
Reais/US$ (comercial venda)	1,621	3,64%	-8,48%	-16,49%
Euro/US$	1,494	-4,24%	1,43%	9,71%
Iene/US$	109,53	1,51%	-2,10%	-7,45%
Petróleo à vista Brent (US$/barril)	116,00	-17,04%	23,56%	65,74%

MERCADOS FUTUROS 13/8/08	AGO/08	SET/08	JAN/09	JAN/10
Câmbio (R$/US$)	1,630	1,643	1,683	1,843

Fonte: BM&F

	AGO/08	SET/08	JAN/09	JAN/10
DI 1 dia (% a.a.)	12,84	13,12	13,76	14,75

	AGO/08	OUT/08	DEZ/08	FEV/09
Ibovespa (pontos)	54.413	55.583	56.855	58.163

	JUL/08	SET/08	DEZ/08	MAR/09
Café Arábica (60kg - ICF)	170,05	170,50	173,20	175,85

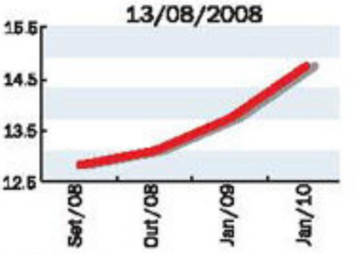
RENTABILIDADE DOS TÍTULOS PÚBLICOS (%)

TÍTULO	VENCIMENTO	INDEXADOR	RENTABILIDADE BRUTA MÊS*	RENTABILIDADE BRUTA ANO	ACUMULADO 12 MESES
LFT	17/3/10	Selic	1,04%	7,02%	11,45%
LTN	1/7/09	Pré	1,18%	5,90%	8,48%
NTN-B	15/5/09	IPCA	2,00%	7,34%	12,36%
NTN-C	1/3/11	IGP-M	-4,89%	8,84%	16,38%
NTN-F	1/1/10	Prefixado	1,70%	5,44%	7,51%

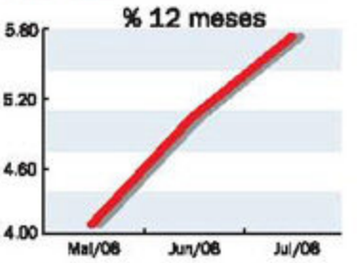
* até 13/08/08

RISCO PAÍS

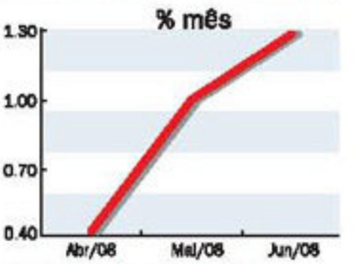
JUROS FUTUROS



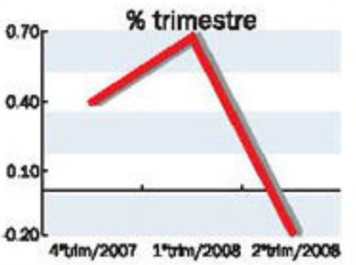
CPI EUA



VENDAS NO VAREJO - IBGE



PIB - ZONA DO EURO



COMENTÁRIOS

IPC DESACELERA

O Índice de Preços ao Consumidor (IPC), medido pela Fipe em São Paulo, ficou em 0,77% na primeira prévia de julho. Um mês antes, o número foi 1,3%. É a quarta desaceleração consecutiva do índice. O ministro da Fazenda Guido Mantega afirmou que o governo seguirá na luta contra a inflação.

VENDAS NO TOPO

As vendas do varejo no País bateram recorde no primeiro semestre, crescendo 10,6% em relação ao mesmo período de 2007. Foi o maior resultado semestral registrado pelo IBGE.

CPI ASSUSTA

O CPI, índice de preços ao consumidor dos EUA, fechou julho com alta de 0,8%. O mercado esperava um aumento de 0,4%. O presidente do Fed, Ben Bernanke, tem um desafio e tanto pela frente: em 12 meses, a inflação chega a 5,6%, a maior em 17 anos, tendo o petróleo e os alimentos como principais propulsores.

PIB MENOR

A chamada zona do euro está a um passo da recessão. A economia dos 15 países encolheu 0,2% no segundo trimestre, pressionada pela alta das commodities. Enquanto isso, a inflação cresceu, chegando ao número recorde de 4% em julho.

Por Ana Clara Costa

Material elaborado pela empresa de análise de risco Austin Rating.

AUSTIN RATING

www.austin.com.br

Por Milton Gamez

Acerto de contas

Você já se sentiu enganado pelo gerente do banco ao seguir uma recomendação de investimento furada? Milhares de investidores perderam dinheiro ao aplicar em ações de empresas estreantes na Bovespa durante a febre dos IPOs (ofertas públicas iniciais) dos últimos quatro anos. Dezenas de companhias, vendidas como ótimos negócios aos novatos da Bolsa, são negociadas hoje a preços inferiores aos do lançamento de seus papéis. Os novos acionistas, que confiaram na empolgação dos gerentes de bancos e de corretoras e ignoraram o risco dos investimentos descritos nos pros-

pectos de lançamento das ações, não podem fazer nada a não ser lamentar as perdas. Ou quase – se quiserem, podem ir a Roma reclamar com o Papa. E de quem é a culpa? Do banco de investimento que coordenou o IPO e não deu ênfase suficiente aos riscos, do gerente que recomendou a ação em busca de sua comissão ou do investidor incauto e ganancioso? Não importa. A conta será paga por quem perdeu no final.

Quando os mercados vão bem e todo mundo ganha dinheiro, quase ninguém reclama dos pequenos prejuízos no caminho. Mas quando as coisas vão mal, como aconteceu nos últimos 12 meses após o estouro da bolha imobiliária americana e a explosão dos preços das commodities, a caça às bruxas é inevitável. Não aqui, mas nos Estados Unidos, onde o consumidor é tratado com muito mais respeito do que no resto do mundo. Inclusive o consumidor financeiro. O terremoto do subprime (o crédito de alto risco) fez milhões de vítimas em Wall Street. Os prejuízos não se restringiram às ações dos bancos, que derreteram e destruíram fortunas na Bolsa, mas alcançaram outros mercados. Com a crise de confiança que atingiu o sistema bancário, em fevereiro passado as instituições financeiras deixaram de dar liquidez a títulos de longo prazo conhecidos como auction rate bonds, que eram vendidos aos clientes como um negócio sem risco. **Os investidores aplicaram cerca de US$ 300 bilhões em papéis considerados seguros, mas que na hora do aperto se revelaram um mico.** Porém, quem vai ficar com o prejuízo – ou uma boa parte dele – são os bancos. Além de recomprar os títulos micados, eles pagarão pesadas multas para se livrar de processos movidos por Estados como Nova York, Missouri e Massachusetts.

AP PHOTO/EMILE WAMSTEKER

O terremoto do subprime fez milhões de vítimas em Wall Street. Pressionados, os bancos aceitaram pagar parte dos prejuízos

As autoridades investigaram mais de 20 instituições que teriam continuado a vender os famigerados títulos aos clientes, mesmo sabendo que as condições de mercado haviam mudado. A rapidez dos acordos nas últimas semanas mostra que muitos bancos resolveram assumir a culpa logo de uma vez e evitar prejuízos maiores no futuro. O UBS e o Citigroup concordaram em recomprar mais de US$ 25 bilhões em títulos e ainda pagar US$ 250 milhões em multas. Na quinta-feira 14, o JP Morgan aceitou uma multa de US$ 25 milhões e o Morgan Stanley encaixou uma de US$ 35 milhões, segundo o procurador-geral do Estado de Nova York, Andrew Cuomo. Ambos se comprometeram a dar liquidez aos investidores. E o Merrill Lynch admitiu a recompra de US$ 10 bilhões. Outras grifes, como Bank of America, Bank of New York-Mellon, Goldman Sachs, Lehman Brothers e Wachovia, estão sendo investigadas. Se seus funcionários cometeram os mesmos deslizes dos concorrentes, dificilmente escaparão da Justiça americana.

No Brasil, os bancos suíços UBS e Credit Suisse lideraram as emissões de ações nos últimos anos. Agora, estão sendo questionados por terem indicado empresas que não entregaram o que prometeram nas apresentações feitas aos investidores em seus road shows. Como em alguns casos eles fizeram empréstimos a essas companhias para acelerar as coisas e viabilizar os IPOs, podem também ter a responsabilidade cobrada na Justiça pelos investidores frustrados, especialmente aqueles com domicílio nos Estados Unidos ou na Europa. Pelo menos 70% das ações vendidas em IPOs foi parar na carteira de estrangeiros. Cedo ou tarde, eles irão se entender. E os pequenos investidores brasileiros continuarão na mesma.

UM GRANDE PAÍS SE FAZ COM GRANDES EMPRESAS.

IPIRANGA MAIS QUE FORTE, ULTRA FORTE.
ULTRA ANUNCIA CONTRATO DE COMPRA DO NEGÓCIO DE DISTRIBUIÇÃO DE COMBUSTÍVEIS TEXACO NO BRASIL.

TALENT

Há 70 anos, o Ultra é um exemplo de confiança no Brasil.
Um dos maiores grupos nacionais, atua através de suas empresas Ipiranga, Ultragaz, Oxiteno e Ultracargo, e conta com 10 mil profissionais.

O acordo de compra do negócio de distribuição de combustíveis Texaco no Brasil, com recursos próprios, representa um grande passo para competir no mercado nacional.

A Ipiranga fica ainda maior e mais forte, atuando também nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, com a marca Texaco.

Mais do que a compra de uma empresa, este é um compromisso com a ampliação da distribuição de produtos, serviços e vantagens para seus consumidores.

É maior eficiência, agilidade e competitividade para a distribuidora e todos os seus revendedores.

E é um compromisso, especialmente, com um Brasil maior. Porque um país precisa de empresas fortes, empreendedoras e que atuem com seriedade, ética e responsabilidade social, contribuindo para o crescimento e a prosperidade de todos.

Afinal, um grande país se faz com grandes empresas.

Saiba mais sobre a operação no site www.ultra.com.br

Ipiranga
Mais que forte, ULTRA forte.

ULTRA É:
IPIRANGA
OXITENO
ULTRACARGO
ULTRAGAZ

Apontamos para o futuro

ULTRA

Quando a gente olha para um lago, vê refletido muito mais que o próprio rosto. Vemos refletidos anos de trabalho. A Bunge é a maior exportadora do agronegócio do país, contribui com mais de US$ 2 bilhões em divisas à balança comercial brasileira, recolhe cerca de R$ 1 bilhão em impostos e gera mais de 14 mil empregos diretos e indiretos. Só que, mais do que gerar lucro, produzir fertilizantes, margarinas e maioneses de sucesso, a Bunge quer ajudar a construir um futuro melhor. E isso significa agir de maneira sustentável e ter atitudes que favoreçam todos, inclusive este lago e quem depende dele. Por isso, a Bunge trabalha na recuperação, na regularização e na criação de reservas ambientais em fazendas no cerrado, que já abrangem mais de 260 mil hectares;

cuida diretamente de 4 mil hectares de floresta; utiliza energia renovável em mais de 65% das operações; mantém, há mais de 50 anos, a Fundação Bunge, que beneficia anualmente mais de 6 mil crianças e contribui para a formação de 11 mil professores da rede pública. Aplica mais de R$ 30 milhões anuais em ações ambientais,

e mais de R$ 8 milhões anuais são investidos em projetos junto às comunidades e à sociedade. E, levando a responsabilidade sempre além, a Bunge também participa do Pacto para Erradicação de Trabalho Análogo ao Escravo no Brasil. Todos esses dados estão no nosso site, em um relatório de sustentabilidade tão transparente quanto este lago.

BUNGE

DO CAMPO À SUA MESA

www.bunge.com.br/sustentabilidade

O que este lago está fazendo no anúncio de uma empresa de agronegócio?

LEW'LARA\TBWA